

utb.

Pascal Rudolph |
Daniel Suer |
Barbara Hornberger (Hg.)

Popmusik- forschung



Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn

Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau · Wien · Köln

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto

facultas · Wien

Haupt Verlag · Bern

Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn

Mohr Siebeck · Tübingen

Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen

Psychiatrie Verlag · Köln

Psychosozial-Verlag · Gießen

Ernst Reinhardt Verlag · München

transcript Verlag · Bielefeld

Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart

UVK Verlag · München

Waxmann · Münster · New York

wbv Publikation · Bielefeld

Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main

Pascal Rudolph ist Vertretungsprofessor für Medienästhetik an der Universität zu Köln und Musikwissenschaftler (Postdoc) an der Hochschule für Musik Nürnberg. Er gewann 2019 und 2022 den wissenschaftlichen Wettbewerb der Gesellschaft für Musiktheorie sowie den Promotionspreis 2022 der Gesellschaft für Musikforschung. Er ist Mitherausgeber der *Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung* und Generalsekretär von IASPM D-A-CH (International Association for the Study of Popular Music German-speaking Branch).

Daniel Suer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter für Musikwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalität an der Hochschule für Musik Nürnberg. Seine Dissertation ist im Rahmen eines DFG-geförderten Forschungsprojekts zum Verhältnis von Musik und Tanz im Heavy Metal an der Universität Siegen entstanden (Arbeitsbereich Populäre Musik und Gender Studies). Seit 2020 ist er als wissenschaftlicher Beirat der GfPM (Gesellschaft für Populärmusikforschung) tätig.

Barbara Hornberger ist Kulturwissenschaftlerin und seit September 2022 Professorin für Musikwissenschaft mit einem Schwerpunkt für Populäre Musik und digitale Musikkulturen an der Bergischen Universität Wuppertal. Ihre Arbeitsgebiete in Forschung und Lehre sind transdisziplinäre Forschung zu populärer Musik, Kulturgeschichte des Populären sowie Populäre Kultur und Bildung. Sie ist im Vorstand der GMM (Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung) und Mitherausgeberin des Jahrbuchs für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung, sowie Mitglied des wissenschaftlichen Beirats der GfPM (Gesellschaft für Populärmusikforschung).

Pascal Rudolph, Daniel Suer, Barbara Hornberger (Hg.)

Popmusikforschung

Zehn Perspektiven auf Billie Eilish

Diese Publikation erscheint zeitgleich als Printausgabe und Open Access. Sie ist an der Universität zu Köln und der Bergischen Universität Wuppertal entstanden und wurde durch die Open-Access-Publikationsfonds der Universität zu Köln und der Bergischen Universität Wuppertal finanziert.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://dnb.dnb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Attribution 4.0 Lizenz (BY). Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell.

(Lizenztext: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>)

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z.B. Schaubilder, Abbildungen, Fotos und Textauszüge erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.

Erschienen 2025 im transcript Verlag, Bielefeld

© **Pascal Rudolph, Daniel Suer, Barbara Hornberger (Hg.), Kapitel: jeweiliger Autor/Autorin**

transcript Verlag | Hermannstraße 26 | D-33602 Bielefeld | live@transcript-verlag.de

utb-Bandnr. 6515

Print-ISBN 978-3-8252-6515-1

PDF-ISBN 978-3-8385-6515-6

Umschlaggestaltung: siegel konzeption | gestaltung

Umschlagabbildung: Billie Eilish @Pukkelpop 2019, © Lars Crommelinck Photography, CC BY 2.0, <https://www.flickr.com/photos/142899511@No3/48590442776/>

Korrektur: Marie Brückner

Satz: Jan Gerbach, Bielefeld

Druck: Elanders Waiblingen GmbH, Waiblingen

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Inhalt

Ein Song, zehn Perspektiven – Eine Einführung in die Popmusikforschung anhand von Billie Eilishs »Bad Guy«

Pascal Rudolph, Daniel Suer, Barbara Hornberger 7

1 | SOUND »Duh«

José Gálvez 17

2 | FORM »If she reads all the lyrics«

Dietmar Elflein 37

3 | GESCHICHTEN »My Invisalign has funny«

Barbara Hornberger 55

4 | PERFORMANCE »Own me, I'll let you play the role«

Magdalena Fürnkranz 71

5 | MUSIKWIRTSCHAFT »Chest always so puffed guy«

Michael Ahlers 87

6 | TRANSMEDIALITÄT »Just can't get enough guy«

Pascal Rudolph 105

7 | FANDOM »I like it when you take control«

Svenja Reiner 125

8 | KÖRPER »White shirt now red, my bloody nose«

Daniel Suer 147

9 GENDER » <i>Might seduce your dad type</i> «	
<i>L.J. Müller</i>	165
10 IDENTITÄT » <i>I'm the bad guy</i> «	
<i>Nora Leidingner und Melanie Schiller</i>	187
Die Autor*innen	201

Ein Song, zehn Perspektiven – Eine Einführung in die Popmusikforschung anhand von Billie Eilishs »Bad Guy«

Pascal Rudolph, Daniel Suer, Barbara Hornberger

29. März 2019: Das Songwriter-Geschwisterpaar Billie Eilish Pirate Baird O'Connell und Finneas Baird O'Connell veröffentlicht »Bad Guy«. Der Song schrieb in kürzester Zeit Musikgeschichte. Als Single-Auskopplung aus dem Album *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* (2019), das weitgehend als DIY-Produktion entstand, wurde er zum ersten Song eines im 21. Jahrhundert geborenen Popstars, der die Spitze der *US Billboard Hot 100* erreichte. Song und Künstlerin entwickelten sich zu einem popkulturellen Phänomen, dessen immenser Erfolg bis heute anhält.

Doch was genau macht dieses Phänomen aus? Ist es die Geschichte, die von und über Billie Eilish erzählt wird – das Image einer jungen, rebellischen Musikerin, das sich zwischen »Bedroom Production« und Oscar-Glamour bewegt? Oder sind es die musikalischen Formen und Strukturen, die uns durch Wiederholung und Variation fesseln? Vielleicht ist es auch der Sound – diese minimalistische, düstere Produktion, die mit Erwartungen bricht und das Hören herausfordert. Welche Mechanismen der Musikindustrie haben dazu beigetragen, dass Billie Eilish zu einem globalen Star wurde? Und wie greifen Fans in diese Prozesse ein – sei es durch Coverversionen, TikTok-Trends oder Memes? Wie hängt Billie Eilishs Stimmgebrauch mit Vorstellungen von Körpern und Weiblichkeit zusammen? Hat ihre »Stimme« eine ganze Generation geprägt – und damit ihren Erfolg erst möglich gemacht?

Das alles und noch viel mehr sind Fragen der Popmusikforschung. Dieses interdisziplinäre Forschungsfeld – u.a. »Popular Music Studies« oder »Populärmusikforschung« genannt – ist mit seiner mittlerweile über 50-jährigen Geschichte und zunehmenden Institutionalisierung vielseitig und überaus produktiv. Gleichzeitig ist es mit seiner Fülle an Inhalten, Theorien und Methoden nicht einfach, einen Zugang zu diesem Feld zu finden. Eine erste Begegnung kann herausfordernd, wenn nicht gar überfordernd sein. Das vorliegende Studienbuch möchte Studierende und Interessierte darin unterstützen, sich einen Überblick über Möglichkeiten der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit populärer Musik zu erarbeiten und selbst forschend aktiv zu werden.

Ein prägnantes Merkmal der Popular Music Studies besteht darin, dass sich Forscher*innen den Phänomenen aus unterschiedlichen Perspektiven nähern. Daher gibt es anstelle etwa einer standardisierten Methode zahlreiche unterschiedliche Möglichkeiten, die ihre je eigenen Vor- und Nachteile, besondere Stärken und Begrenzungen mit sich bringen.¹ Diese Vielfalt möchte das Buch als Ausgangspunkt nehmen und ausgewählte Perspektiven exemplarisch vorstellen, veranschaulichen und diskutieren. Zu diesem Zweck stellen Expert*innen aus verschiedenen Bereichen in zehn prägnanten Kapiteln zehn analytische Ansätze vor. Jedes dieser Kapitel setzt sich dabei mit demselben Beispiel auseinander, nämlich Billie Eilishs »Bad Guy«, womit wir bereits bei den ersten Aufgaben des Buchs wären:



Aufgaben

- Legen Sie das Buch beiseite.
- Hören Sie sich den Song »Bad Guy« von Billie Eilish an.
- Sehen Sie sich das Musikvideo zum Song an.
- Lesen Sie anschließend weiter.

Der besagte Song ist aus unterschiedlichen Gründen als Fallbeispiel geeignet. Der erste Grund ist, ganz simpel, dass er enorm erfolgreich ist (*duh*). Dieser Erfolg nimmt unterschiedliche Formen an und zeigt sich beispielsweise in

1 Eine aktuelle Übersicht hierzu bietet der Band *The Intellect Handbook of Popular Music Methodologies* (Dines et al. 2025).

Würdigungen und renommierten Auszeichnungen wie den Grammy Awards für *Best Record of the Year* und *Best Song of the Year*. Darüber hinaus ist »Bad Guy«, obwohl erst 2019 erschienen, bereits Gegenstand musikjournalistischer Kanonisierungsbemühungen, wenn der Song etwa als einer der prägendsten der 2010er Jahre beschrieben wird (vgl. Payne 2019) oder vom Magazin *Rolling Stone* 2021 in die Liste der *500 Greatest Songs of All Time* aufgenommen wird. Last but not least lässt sich noch die Reichweite des Songs anführen, wie sie beispielsweise durch Klick- und Kaufzahlen quantifiziert wird: Der Song hat in über einem Dutzend Ländern die Nummer 1 der Charts erreicht, er wurde bis zum Zeitpunkt des Schreibens dieser Zeilen allein auf Spotify über 2,6 Milliarden Mal abgespielt und der Videoclip verzeichnet auf YouTube über 1,3 Milliarden Views. »Bad Guy« ist somit ein attraktives Beispiel, da der Song erstens als Mainstream-Erfolg viele unterschiedliche Menschen erreicht hat und er zweitens ein voraussetzungsarmes Fallbeispiel darstellt. Zudem handelt es sich um ein ausreichend komplexes Phänomen, um die zehn unterschiedlichen Ansätze zu erproben und zu veranschaulichen.

Indem sich alle Autor*innen mit diesem Beispiel beschäftigen, erfahren Leser*innen viel über Billie Eilish, »Bad Guy« sowie die damit zusammenhängenden Personen, Dinge und kulturellen Praktiken. Das ist wünschenswert, nicht zuletzt weil die Kapitel auf diese Weise nah am Material bleiben. Auf den ersten Blick mag das nach Werk- oder Songzentrismus klingen. Allerdings verfolgt dieses Projekt in erster Linie nicht das Ziel, ein »Eilish-Buch« zu sein, das primär Analysen, Interpretationen und Erkenntnisse zur Künstlerin und ihrer Musik liefert.² Vielmehr geht es um die Vermittlung modellhafter Zugänge *am Beispiel von* »Bad Guy«. Für eine Einführung mit dieser Schwerpunktsetzung scheint uns die Arbeit mit einem geteilten Fallbeispiel mehrere Vorteile bereitzuhalten. So hebt ein alle Kapitel verbindendes Beispiel erstens insbesondere die Eigenheiten und Gemeinsamkeiten der unterschiedlichen Ansätze hervor. Indem nämlich von Kapitel zu Kapitel eine neue Perspektive an dasselbe Beispiel angelegt wird, wird deutlicher, was neu und spezifisch für die jeweilige Perspektive ist, als durch ein neues Beispiel, welches aus einer neuen Perspektive analysiert würde. Somit ermöglicht – vielleicht wider Erwarten – gerade das prominent platzierte, gemeinsame *Beispiel*, dass

2 Ein Beispiel für solch einen Fokus sind die multiperspektivischen Rammstein-Analysen von Kerstin Wilhelms et al. (2022).

die verschiedenen *Ansätze* zu seiner Erforschung in den Vordergrund treten können. Gleichzeitig sollen die Unterschiede zwischen den Zugängen hier nicht überbetont werden, sondern ihren Gemeinsamkeiten und Verschränkungen genügend Raum bleiben. Denn so wie beispielsweise ein Star (Kapitel 3) oder eine Persona (Kapitel 4) als transmediale Phänomene (Kapitel 6) verstanden werden können, ist Transmedialität wiederum eine musikwirtschaftliche Strategie (Kapitel 5). Aufgrund solcher und ähnlicher Verbindungen kommt es zwischen den Kapiteln bisweilen zu expliziten Überschneidungen, die wir nicht als Redundanzen verstehen, sondern als perspektivische Gemeinsamkeiten. Sie verdeutlichen, dass trotz unterschiedlicher Perspektiven, Fragestellungen und Erkenntnisinteressen ähnliche Aspekte beobachtet werden und von Bedeutung sein können.

Die Anordnung des Buchs um ein zentrales Beispiel herum hat einen zweiten gewichtigen Vorteil. Denn somit wird schnell klar, dass das, was Wissenschaftler*innen untersuchen, nicht einfach gegebene Forschungsobjekte sind, denen Forscher*innen sich neutral nähern. Vielmehr entscheidet sich auch durch den gewählten Zugang, worin der Forschungsgegenstand eigentlich besteht, dass also der Forschungsgegenstand auf diese Weise durch den Forschungszugang geprägt wird. So versteht etwa ein produktionsorientierter Zugang wie das Kapitel zu Form unter »Bad Guy« (Kapitel 2) nicht dasselbe wie der rezeptionsorientierte Zugang im Kapitel zu Fandom (Kapitel 7). Während Ersteres ausgehend von der Bassspur die binnengliedernde Formentwicklung des Songs verfolgt, konzentriert sich Letzteres u.a. auf Fanfictions, die vom Song ausgehend eigene Geschichten entwerfen. Die Kapitel untersuchen so gesehen eben nicht immer dasselbe Beispiel, sondern konstruieren den Gegenstand erst. Insofern wären immer vorbehaltliche Anführungszeichen zu setzen, wenn hier von »einem« oder »demselben« Beispiel die Rede ist.

Die Reduktion auf zehn Zugänge verdeutlicht außerdem, dass die Kapitel auch in der Summe Vollständigkeit weder beanspruchen noch verfolgen. Dies wäre in einem Buch, zumal einer Studieneinführung, ohnehin nur schwerlich zu leisten. Es handelt sich allerdings um Zugänge, die unserer Ansicht nach (nicht nur) historisch wichtig für die Popular Music Studies waren und sind. Sie thematisieren zentrale Aspekte populärer Musikkulturen und vermitteln aufgrund ihrer weiten Verbreitung, wenn nicht gar Konjunktur, einen guten Eindruck davon, wie über populäre Musik nachgedacht und geforscht wird. Nichtsdestotrotz geht eine Auswahl immer mit Ausschlüssen

einher, sodass im vorliegenden Buch beispielsweise quantitativ-empirische Forschungszugänge (vgl. für eine Einführung hierzu Hemming 2016) oder ethnografische Methoden eine untergeordnete Rolle spielen (vgl. die Analyse von Billie Eilishs »Ocean Eyes« in Binas-Preisendörfer 2024: 130-137). Da das Buch den Schwerpunkt auf Zugänge und deren Anwendung legt, verzichtet es zugleich auf einen historischen Abriss zur populären Musik sowie auf eine Fachgeschichte der Popular Music Studies. Ersteres liegt in kaum überschaubarer Fülle vor, als einführende Texte eignen sich etwa kenntnisreiche Beiträge in Kompendien (vgl. z.B. in Bennett und Waksman 2015; von Appen et al. 2014). Für eine aufkommende Fachgeschichtsschreibung der Popular Music Studies – vornehmlich konzentriert auf deutschsprachige Forschungsgeschichte – sei auf verschiedene Publikationen der letzten Jahre verwiesen (vgl. Binas-Preisendörfer 2024; Binas-Preisendörfer und Elflein 2024; Rösing 2017; Wicke 2017; Jacke 2013). Insgesamt sind die hier versammelten Perspektiven als Einladung an Interessierte zu verstehen, die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit populärer Musik kennenzulernen und selbst zu erproben. Im Spannungsfeld perspektivischer Unterschiede, Gemeinsamkeiten und auch Leerstellen bilden die Kapitel ein Mosaik, in dem übergreifende Konturen entstehen, die einen Eindruck davon vermitteln, was Popmusikforschung sein kann.

José Gálvez und Dietmar Elflein fügen die ersten Steine zum Mosaik hinzu, indem sie Musik und Klang tiefgehend analysieren. Im Kapitel »Sound« diskutiert José Gálvez die Möglichkeiten der Klanganalyse und -historisierung mit einem Schwerpunkt auf die Musikproduktion (Kapitel 1). Dabei richtet sich der Blick insbesondere auf Hörtechnologien und -techniken. Eine ebenfalls am Klang orientierte Perspektive nimmt Dietmar Elflein ein, indem er sich der musikalischen Formanalyse widmet (Kapitel 2). Er beschreibt zentrale Elemente, die eine musikalische Form überhaupt erst entstehen lassen. Zudem wird »Bad Guy« mit etablierten Songstrukturen in Beziehung gesetzt und vor diesem Hintergrund historisch verortet.

Die anschließenden drei Kapitel befassen sich mit je unterschiedlichem Schwerpunkt Billie Eilish als Star. Barbara Hornberger fragt in Kapitel 3 nach den Geschichten, die in und ausgehend von »Bad Guy« erzählt werden. Sie zeigt, wie in diesen Geschichten und in den verschiedenen medialen Auftritten das Image der Star-Person Billie Eilish formuliert wird. Gezeigt wird, wie Stars zu Träger*innen kultureller Werte und zu unverbindlichen Leitfi-

guren werden können, die Lebensstile oder Verhaltensweisen repräsentieren. In Kapitel 4 analysiert Magdalena Fürnkranz die Performance Billie Eilishs und erläutert anhand des Musikvideos von »Bad Guy« zugehörige Konzepte wie Persona, Inszenierung und Liveness. Eine ökonomische Betrachtung von Billie Eilish und ihrem Mega-Hit liefert Michael Ahlers (Kapitel 5). Zu diesem Zweck erfolgt eine Darstellung zentraler historischer Ausprägungen und Transformationen globaler Musikwirtschaftsstrukturen. »Bad Guy« wird in ebendiesen Strukturen verortet und mit wirtschafts- und kulturwissenschaftlichen Zugängen dahingehend diskutiert, welche musikwirtschaftlichen Konzepte in diesem Fall auf welche Weise funktionieren.

Nach dieser teils eher künstler*innenzentrierten Herangehensweise stellen sowohl Pascal Rudolph als auch Svenja Reiner Rezipient*innen und Rezeptionsweisen populärer Musik in den Fokus. Hierzu entwickelt Rudolph vor dem Hintergrund von Begriffen und Theorien der Transmedialitätsforschung eine kritisch reflektierte Typologie transmedialer Rezeption von Popmusik (Kapitel 6). Im Kapitel »Fandom« widmet sich Svenja Reiner Fans und ihren Aktivitäten (Kapitel 7). Die Ambivalenz von Fanpraktiken zwischen Emanzipation, Vergemeinschaftung und Hierarchiebildung wird ebenso thematisiert wie die Ursprünge der Skepsis, Vorbehalte und Vorurteile, die Fans weithin entgegengebracht werden.

Die drei abschließenden Kapitel thematisieren auf unterschiedliche Weise Körper und Identitäten. Daniel Suer bietet einen Einstieg in die Situationsanalyse, die anhand audiovisueller Repräsentationen von und Diskurse um Billie Eilishs Körper illustriert wird (Kapitel 8). Eine Einführung in das weite Feld der Geschlechtertheorie legt L.J. Müller vor (Kapitel 9). Im Kapitel werden nach Erarbeitung eines geschlechtertheoretischen Begriffsapparats drei Analysemöglichkeiten vorgestellt: Musiksemiotik sowie die Analyse hörbarer Körper und hörbarer Adressierung. Diese werden im Zuge einer detaillierten Stimmanalyse auf »Bad Guy« angewendet. Im abschließenden Kapitel adressieren Nora Leidinger und Melanie Schiller die Vielschichtigkeit von Identität (Kapitel 10). Auf Grundlage von »Bad Guy« erläutern sie die theoretischen Grundlagen von Intersektionalität und stellen Billie Eilishs generationelle Identität als Repräsentantin der Generation Z ins Zentrum.

Sämtliche Kapitel folgen dem gleichen Aufbau, der sich aus der oben formulierten Zielstellung ergibt. So beginnt jedes Kapitel mit einer schlagwortartigen Übersicht der wichtigsten Themen und Konzepte, einer knappen

Zusammenfassung des Vorgehens sowie der Benennung der zentralen Lernziele. Auf diese Weise wird direkt deutlich, was Leser*innen im Folgenden erwartet. Der Kerntext jedes Kapitels erörtert vom jeweiligen Zugang die zentralen Begriffe und konzeptuellen Grundlagen, die in Form von Analysen unmittelbar auf »Bad Guy« angewendet werden. Diese enge Verzahnung schlägt eine Brücke zwischen theoretisch-methodischer Reflexion und anwendungsorientierter Arbeit am konkreten Beispiel. Hierauf folgen weiterführende Aufgabenstellungen, Beispiele und Lektürehinweise. Die Aufgabenstellungen dienen dem Ziel, das Gelesene zu rekapitulieren und auf andere Beispiele zu übertragen – und so selbst forschend aktiv zu werden. Die Song-Beispiele wurden so ausgewählt, dass sie für den jeweiligen Kapitelzugang besonders ergiebig sind, diesen aber auch potenziell erweitern und herausfordern. Zudem dezentrieren sie »Bad Guy« und weiten den Gegenstandsbereich des Buchs über diesen Song hinaus. Die Lektürehinweise stellen drei Texte knapp vor, die eine erste Anlaufstelle für die tiefergehende Auseinandersetzung mit dem Thema des Kapitels sein können. Die Kapitel enden schließlich mit einer eigenständigen Literaturliste.

Die derart strukturierten Kapitel ermöglichen einen flexiblen Umgang mit dem Buch als Ganzem. Sie können z.B. als Orientierung für universitäre Lehrveranstaltungen dienen, indem pro Sitzung ein Kapitel samt zugehörigen Aufgaben behandelt wird. Da zehn Sitzungen nur selten ein Seminar füllen, können die übrigen Termine genutzt werden, um neue Perspektiven zu ergänzen, oder einige der bereits behandelten Themen zu vertiefen. Für Letzteres bieten sich erneut die weiterführenden Lektürehinweise am Ende der Kapitel an; für Ersteres anders konturierte Schwerpunkte in vorliegenden Einführungen (vgl. z.B. Binas-Preisendörfer 2024; Hemming 2016; Jacke 2013). Für die Schule eignet sich auch eine Auswahl von ein oder zwei Kapiteln, deren Zugriff dann mit anderen Beispielen weitergeführt werden kann. Obwohl gerade die Aufgabenstellungen häufig auf die Interaktion mit Lehrenden und vor allem Mit-Lernenden abzielen, eignet sich diese Einführung durch sprachliche Zugänglichkeit und die »Vorführung« des Analysierens auch für das Selbststudium. Die weitgehende Eigenständigkeit der Kapitel – u.a. gewährleistet durch je eigene Literaturliste und die Erläuterung relevanter Begriffe – ermöglicht es Leser*innen außerdem, nach Bedarf und Interesse nur einzelne Kapitel zu konsultieren oder die Kapitelabfolge zu ändern. Gleichzeitig verbindet ein engmaschiges Verweisnetz die Kapitel und

hebt Ähnlichkeiten, Überlappungen sowie an anderer Stelle präzisierete Begriffe hervor. Durch diese Verbindungen, die abermals durch das gemeinsame Beispiel bestärkt werden, ist auch eine sprunghafte Bewegung zwischen Kapiteln möglich.

26. Februar 2025: Das Herausgeber*innen-Team sitzt an Barbara Hornbergers Esstisch und überlegt, wie sich die Einleitung gut abrunden ließe. Wird unser Buch dieselbe Reichweite wie »Bad Guy« erzielen und ist ein solcher Vergleich anmaßend? Sicherlich nicht und sicherlich ja. Aber vielleicht inspiriert es die eine oder andere Person dazu, sich intensiver mit Popmusikforschung auseinanderzusetzen und eigene Analysen zu wagen. Das würde uns freuen. In einem Punkt ergibt der Vergleich zwischen Song und Buch aber tatsächlich Sinn: Denn so wie »Bad Guy« ist auch dieses Buch ein kollaboratives Projekt. Zum einen liegt das daran, dass diese Seiten (und auch schon diese Einleitung) das Resultat mehrerer »Stimmen« sind. Unser Dank gilt allen Autor*innen für ihre wunderbare Mitarbeit an diesem besonderen Projekt – ein Song, zehn Perspektiven. Darüber hinaus danken wir den Studierenden der Universität zu Köln und der Technischen Universität Braunschweig für die Erprobung der Texte in der Lehre und ihre wertvollen Anregungen zur Überarbeitung der Kapitel. Unser besonderer Dank gilt Xenia Lappe, Konstantin Schoser und Liam Wälzholz-Junius für ihre redaktionelle Mitarbeit. Mark Schäfers und Dennis Schmidt vom transcript-Verlag danken wir herzlich für ihre engagierte, sachkundige und vertrauensvolle Betreuung. Und schließlich sind da noch Sie, liebe Leser*innen. Ihnen gilt unser abschließender Dank für Ihr Interesse – wir wünschen eine spannende und anregende Lektüre!

Literatur

von Appen, Ralf; Grosch, Nils und Pfleiderer, Martin (2014): *Populäre Musik: Geschichte – Kontexte – Forschungsperspektiven*. Laaber: Laaber (Kompendien Musik 14).

Bennett, Andy und Waksman, Steve (2015): *The Sage Handbook of Popular Music*. Los Angeles: Sage.

- Binas-Preisendörfer, Susanne (2024): *Populäre Musik zwischen Musik- und Medienwissenschaften*. Baden-Baden: Rombach Wissenschaft (Intro: Musikwissenschaft).
- Binas-Preisendörfer, Susanne und Elflein, Dietmar (2024): Echokammern der Differenz: Autoethnographische Perspektiven auf und aus Parallelgesellschaften. In: »Parallelgesellschaften« in populärer Musik? Abgrenzungen – Annäherungen – Perspektiven. Hg. von Ralf von Appen, Sarah Chaker, Michael Huber und Sean Prieske. Bielefeld: transcript (Beiträge zur Populärmusikforschung 48/-Vibes – The IASPM D-A-CH Series 3).
- Dines, Mike; Rambarran, Shara; Smith, Gareth Dylan (Hg.) (2025): *The Intellect Handbook of Popular Music Methodologies*. Bristol: Intellect.
- Hemming, Jan (2016): *Methoden der Erforschung populärer Musik*. Wiesbaden: Springer VS (Systematische Musikwissenschaft).
- Jacke, Christoph (2013 [2009]): *Einführung in Populäre Musik und Medien*. 2. Auflage. Berlin: Lit (Populäre Kultur und Medien 1).
- Payne, Chris (2019): Songs That Defined the Decade: Billie Eilish's »Bad Guy«. In: *Billboard*. Online verfügbar: <https://www.billboard.com/music/music-news/billie-eilish-bad-guy-songs-that-defined-the-decade-8543869/>.
- Rösing, Helmut (2017): Popular Music Studies in Germany: From the Origins to the 1990s. In: *Perspectives on German Popular Music*. Hg. von Michael Ahlers und Christoph Jacke. London: Routledge (Ashgate Popular and Folk Music Series). S. 16-32.
- Wicke, Peter (2017): Looking East: Popular Music Studies between Theory and Practice. In: *Perspectives on German Popular Music*. Hg. von Michael Ahlers und Christoph Jacke. London: Routledge (Ashgate Popular and Folk Music Series). S. 33-51.
- Wilhelms, Kerstin; Nover, Immanuel; Stubenrauch, Eva; Seiderl, Anna; Schiller, Melanie; Schaffrick, Matthias; Jürgensen, Christoph; Herbst, Jan-Peter; Espinoza Garrido, Lea; Ernst, Thomas und Baßler, Moritz (2022): *Rammsteins »Deutschland«: Pop – Politik – Provokation*. Berlin: Metzler (Essays zur Gegenwartsästhetik).

1 | SOUND

»Duh«

José Gálvez



Themen

Technologie, Produktion, Klanganalyse, Klanggeschichte, Hörtechnik



Über diese Lerneinheit

Dieses Kapitel führt anhand von »Bad Guy« darin ein, wie der Klang von Popmusik analytisch und historisch erschlossen werden kann. Technologien zur analogen und digitalen Musikproduktion, Techniken der Klanggestaltung und konkrete Klänge werden exemplarisch behandelt. Zudem wird der Fokus auf Technologien gelegt, die das Hören von Popmusik prägen und damit Hörtechniken konstituieren.



Lernziele

Klanganalyse von Popmusik: Ich baue Wissen über Popmusik als produzierte Musik auf. Ich untersuche den Klang von Popmusik durch die Analyse von Techniken und Technologien in Produktionsprozessen.

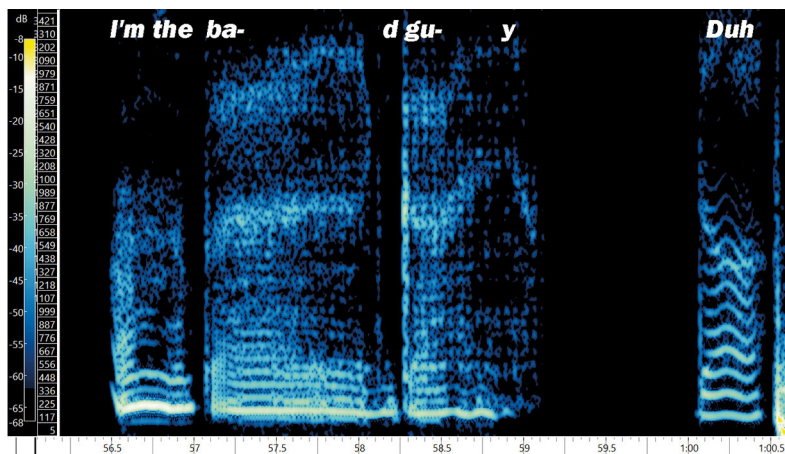
Klanggeschichte von Popmusik: Ich werde für die historische Dimension von Popmusikproduktionen sensibilisiert und lerne Popmusikgeschichte als Produktionsgeschichte kennen, die Popmusik-, Technik-, Wirtschafts- und Wissensgeschichte umfasst.

Hörtechniken der Popmusik: Ich entwickle ein Verständnis von Hörtechniken der Popmusik und ihren Potenzialen für Kulturanalyse.

1.1 Einleitung: Ausgangspunkt ›Klang‹

»I'm the bad guy, duh« (0:56-1:00). Nach fast einem Drittel von Billie Eilishs Hit »Bad Guy« hören wird diese Worte oder genauer diese vier Sekunden Popmusik. Sie stellen formal gesehen einen Break (oder eine Generalpause, vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch) vor der Hook dar, in der Eilishs Stimme ohne Begleitung von Kick-Drums, Bass, Hi-Hats etc. erklingt. Wegen ihrer vergleichsweise dünnen Besetzung eignen sich die vier Sekunden gut als Ausgangspunkt für eine einführende Auseinandersetzung mit Klang. Hörbar ist hier nicht eine Überlagerung zahlreicher Stimmen, was sonst in »Bad Guy« der Fall ist und ein prägnantes Merkmal von Eilishs Musikproduktionen darstellt (vgl. Binas-Preisendörfer 2024: 133-137). Hörbar ist stattdessen eine mehr oder weniger ›normale‹ Stimme, die von einer anderen flatternden Stimme flankiert wird. Diese singt gehaucht und stockend: »Ba-a-a-a-ad gu-u-u-u-u-y-y-y«. Eine genauere Charakterisierung dieser zweiten Stimme ist ohne produktionstechnisches Vorwissen schwierig. Ein Vergleich zwischen beiden ist jedoch mithilfe digitaler Anwendungen zur Klanganalyse möglich.

Abb. 1.1: Spektrogramm von »Bad Guy« mit hinzugefügtem Text.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Abb. 1.1 zeigt ein Spektrogramm der diskutierten Stelle, das ich mit der Anwendung Sonic Visualiser generiert habe.¹ Ein Spektrogramm ist die visuelle Darstellung des zeitlichen Verlaufs eines Audiosignals im Hinblick auf die verschiedenen Frequenzen, aus denen es sich zusammensetzt. Am Spektrogramm werden drei Dimensionen in ihrem Verhältnis ersichtlich: Frequenz in Herz (Hz), Zeit in Sekunden/Minuten und Pegel in Dezibel (dB).² Die vertikale Achse bezieht sich auf die Frequenz und die horizontale Achse auf die Zeit. Farbton und -helligkeit beziehen sich auf den Pegel. Sehr vereinfacht steht Frequenz für Tonhöhe und Pegel für Lautstärke. Je hochfrequenter ein Klang ist, desto höher nehmen wir ihn wahr und desto höher erscheint er im Spektrogramm. Je höher der Pegel eines Klangs ist, desto lauter hören wir ihn und desto heller erscheint er im Spektrogramm. Die Zeit verläuft, wie gewohnt, von links nach rechts. Der linke Balken zeigt zur Orientierung die Frequenz und den Pegel mit dem entsprechenden Farbton und der Helligkeitsabstufung.

Wo sind die zwei hörbaren Stimmen im Spektrogramm zu verorten? Im Spektrogramm wird die zeitliche Entwicklung der ersten Stimme als mehrere übereinander geschichtete Linien zwischen 200 und 1000 Hz dargestellt. Das Spektrogramm zeigt mehrere Linien, weil es keine im Notentext idealisierten Töne wie ein c oder fis, sondern alle messbaren akustischen Komponenten von Klängen visualisiert. Akustisch betrachtet setzt sich ein Ton aus einem Grundton und zahlreichen mitklingenden Tönen zusammen, die Obertöne heißen. Der charakteristische Klang von Instrumenten und Stimmen geht größtenteils auf das Verhältnis zwischen Grundton und Obertönen zurück. Der Grundton ist in der Regel der tiefste und lauteste Bestandteil eines Klangs, weshalb bei der ersten Stimme die unterste Linie die hellste ist. Eine Besonderheit vokaler Klänge ist, dass einige ihrer Obertöne durch Resonanzen im menschlichen Vokaltrakt (Rachen-, Mund- und Nasenhöhle) stark geprägt werden. Diese Obertöne werden Formanten genannt.

1 Sonic Visualiser ist eine kostenlose Software, die für Forschungszwecke entwickelt wurde. Es gibt viele kostenlose Plug-ins bzw. Software-Erweiterungen, mit denen man bestimmte Klangdimensionen analysieren kann. Auf der Webseite <https://www.sonicvisualiser.org/> findet man Einleitungen, Tutorials und anderes mehr.

2 In digitalen Anwendungen wie Sonic Visualiser wird der Pegel in negativen Zahlen angegeben. Je höher der Pegel ist, desto näher ist er am Maximalwert 0.

Die zweite flatternde Stimme erscheint im Spektrogramm teilweise in Form von vertikalen Strichen, die die erste Stimme so überlagern, dass deren Obertöne teilweise verzerrt erscheinen. Dies ist vor allem am Anfang von »Ba« sichtbar. Die zweite Stimme erscheint außerdem als eine breite, verschwommene und ungerade Figur, die zwischen 1500 und 2300 Hz sowie zwischen 2400 und 3400 Hz sichtbar ist. Die Verschwommenheit deutet darauf hin, dass es sich bei dieser Stimme um ein Flüstern handelt, das technisch stark bearbeitet wurde. Das Spektrogramm macht den Kontrast zwischen beiden Stimmen optisch erkennbar. Die erste Stimme weist Merkmale wie Grundtöne, Obertöne bzw. Formanten auf. Die zweite Stimme weist weder Grundtöne noch Obertöne auf und wirkt sich verzerrend auf die erste Stimme aus. Sie erscheint zudem teilweise wie eine verschwommene Figur in einem Frequenzbereich, in dem normalerweise nur Obertöne angezeigt werden. Die Visualisierung des anschließenden »Duh«, das einen gewöhnlichen Verlauf mit einem Grundton und bildlich unverzerrten Obertönen aufweist, hebt die Künstlichkeit der zweiten Stimme deutlich hervor.

Um die zweite Stimme sowie andere prägnante Klänge in »Bad Guy« präzise zu analysieren, muss der Produktionsprozess des Songs in den Blick geraten. Dabei geht es um die in der Produktion populärer Musik involvierten Technologien und Techniken. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Klang beschränkt sich allerdings nicht auf die Analyse von Klang durch die Rekonstruktion von Produktionsprozessen. Die Geschichte von Produktionstechniken sowie von technischen Operationen der Klanggestaltung gehören auch zur Klangforschung. Außerdem sind Technologien und Techniken des Hörens genuine Gegenstände der Klangforschung – nicht zuletzt, weil sie das Hören von Popmusik stark prägen. Dieses Kapitel hat zum Ziel, ausgehend von »Bad Guy« darin einzuführen, wie Klang in Popmusik analytisch und historisch erschlossen werden kann.

1.2 Eine techniknahe Forschungsperspektive

Dass »Sound das Unaufschreibbare an der Musik und unmittelbar ihre Technik ist« (Kittler 1993: 133), ist eine bekannte Sound-Definition von Friedrich Kittler, der Pionierarbeit in der Forschung von Klang und Technik leistete. Kittler meint mit »Aufschreibbarkeit« eine ganz bestimmte Technik zur Spei-

cherung von Klang, nämlich die (europäische) Notenschrift. So sehr sie viele wichtige Klangdimensionen speichert und damit analysierbar machen kann, ist die Notenschrift beispielsweise nicht in der Lage, Obertöne und damit das Frequenzspektrum einer Stimme zu speichern. Das Frequenzspektrum ist mit der Notenschrift tatsächlich unaufschreibbar. Kittlers Sound-Definition ist allerdings nicht negativ. Sound ist ihm zufolge nicht (nur) das, was sich im Notentext nicht speichern oder darstellen lässt. Vielmehr definiert Kittler Sound positiv, nämlich als die Technik von Musik. Damit begründet er eine technikahe Forschungsperspektive auf Klang, die ihn aus den Technologien seiner Speicherung, Verarbeitung und Übertragung heraus erforscht.

Die in dieser Forschungsperspektive ins Spiel gebrachte Begrifflichkeit ist für die Produktion von Popmusik seit mindestens 100 Jahren angebracht. Entsprechend befasst man sich in der Tontechnik mit Audiosignalen, die technisch umgewandelt, übertragen, sequenziert, verarbeitet und gespeichert werden (vgl. Hodgson 2019). Musikproduktion ist teilweise eine kreative Anwendung eines ingenieurwissenschaftlichen Forschungsfelds namens Audiosignalverarbeitung. Der geläufige und etablierte Begriff »Musikproduktion« mag hinsichtlich der technikenahen Forschungsperspektive irritieren, weil Musik immer mehr als ihr Klang ist und ihr Klang nicht immer technisch vermittelt wird. Musikproduktion ist allerdings ein in Theorie und Praxis etablierter Begriff und meint genau den Sachverhalt, um den es der technikenahen Forschungsperspektive geht: die technische Konstitution musikalischen Klangs. Es gibt also gute Gründe von Musikproduktion zu sprechen. Man muss sich aber vergegenwärtigen, was damit nicht gemeint ist: die Schriftlichkeit von Musik im Notentext, bei der etwa Harmonie und Form zentral sind (vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch), und die Aufführung von Musik, bei der etwa leibliche Kopräsenz eine wesentliche Rolle spielt (vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch).

1.3 Klanganalyse als Produktionsanalyse

Wird Klang in seiner technischen Dimension perspektiviert und steht Popmusik als produzierte Musik im Fokus, dann werden zahlreiche technische Schnittstellen analysierbar; etwa jene, die zwischen Eilishs Vokaltrakt und unseren Ohren vermitteln. Klanganalyse wird hier zur Produktionsanalyse. Noch vor

20 Jahren waren Informationen zu Produktionsprozessen – selbst bei Hits der Popmusik – für die Forschung kaum verfügbar. Viele der technischen Schnittstellen in der Musikproduktion waren nur aus dem Klang heraushörbar. Dies setzt allerdings nicht nur tontechnisches Vorwissen, sondern auch ausgeprägte Hörtechniken voraus, die man damals wie heute selten in (Musik-)Schulen oder (Musik-)Hochschulen trainiert. Die Lage hat sich seitdem verändert. Im Internet stehen mittlerweile zahlreiche Channels, Video-Tutorials und Podcasts zur Verfügung, die fundiertes Wissen zur Musikproduktion vermitteln und die Produktionsprozesse von Songs, Künstler*innen, Produzent*innen, Genres etc. rekonstruieren. Zudem liegen mittlerweile zahlreiche Videos und Interviews von Künstler*innen und Produzent*innen im Netz vor, die ihre eigenen Produktionen beschreiben und kommentieren. Dies ist bei »Bad Guy« der Fall.

Das *Rolling Stone Magazine* hat ein Breakdown-Video produziert, in dem Eilish und ihr Produzent und Bruder Finneas O'Connell bestimmte Momente des Produktionsprozesses von »Bad Guy« rekonstruieren (vgl. Portwood 2019). Anhand dieses Videos wird erkennbar, dass »Bad Guy« eine sogenannte Bedroom-Produktion ist. Eilish und Finneas haben beide in ihrem jeweiligen Schlafzimmer im Elternhaus ein Heimstudio eingerichtet. Die zentrale technische Schnittstelle im Rahmen von Bedroom-Produktion, aber auch im Rahmen von großen Tonstudios, ist die Digital Audio Workstation oder DAW. Ganz allgemein ist eine DAW eine Computersoftware zur Verarbeitung von Audiosignalen und damit ein virtuelles (Ton-)Studio. Eine basale Leistung der gängigen DAWs ist, dass sie Audiosignale in horizontalen von links nach rechts verlaufenden Modulen anlegt, die übereinander geschichtet werden. Diese Module werden Spuren (engl.: tracks) genannt und die Technik ihrer Anlegung heißt Sequenzierung (engl.: sequencing). Damit lässt sich unsere klanganalytische Terminologie hinsichtlich der Produktion mit der DAW schärfen: Bei der viersekündigen Stelle von »Bad Guy« geht es nicht um Stimmen, sondern um Gesangsspuren. Eine Musikproduktion wie »Bad Guy« besteht aus zahlreichen Spuren, die in der DAW sequenziert werden. Diese »Vielspurigkeit« nennt man Multitracking.

Die Stimme, die wir Eilish hörend zuweisen, setzt sich in vielen Sektionen von »Bad Guy« aus unterschiedlichen Gesangsspuren zusammen, die sequenziert sind. Identische Spuren lassen sich außerdem durch Copy-Paste-Verfahren vervielfachen und exakt übereinander schichten, um ihre Präsenz in der Produktion hervorzuheben. Die zwei diskutierten Gesangsspuren scheinen nicht derart vervielfacht zu sein. Die Audiosignale, die in einer DAW se-

quenziert werden, können unterschiedliche Quellen haben: Gitarren, Drum-Machines, digitale Anwendungen, Sound-Libraries etc. Die Gesangsspur zur Produktion von Eilishs ›Duh‹ geht beispielweise auf die Druckschwankungen zurück, die ihr Vokaltrakt erzeugte. Sie wurden von einem Mikrofon in ein analoges Audiosignal (eine Spannung) umgewandelt und dann durch ein Gerät namens Audio-Interface in ein digitales Audiosignal (digitaler Code) transformiert. Dieses digitale Audiosignal wurde der DAW zugeführt und dort als Gesangsspur sequenziert. Ich habe in der DAW *Ableton Live* drei Audiospuren exemplarisch sequenziert, die in Abb. 1.2 visualisiert sind.

Abb. 1.2: Screenshot eines Projekts in der DAW *Ableton Live*.



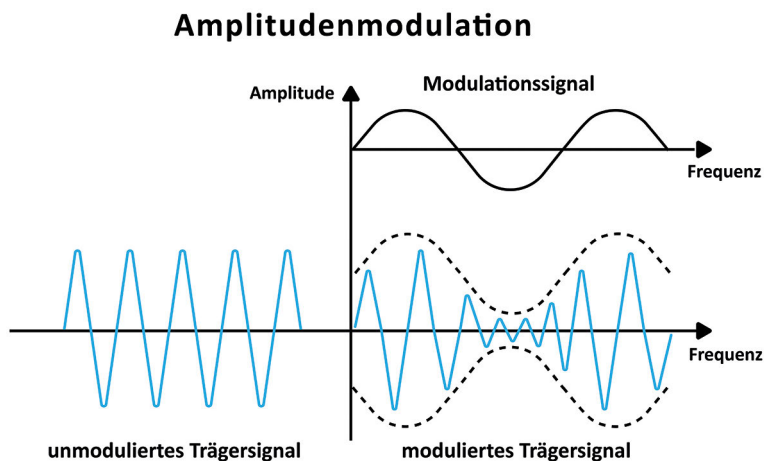
Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Mit einer DAW werden Spuren nicht nur sequenziert, sondern auch individuell bearbeitet. Dies passiert in der Abmischung (engl.: mixing), dem Kernschritt im Produktionsprozess. Dort werden Audiosignale innerhalb von Spuren geschnitten, sortiert und geschichtet, aber auch einzeln in ihrer jeweiligen Klanglichkeit bearbeitet. Dafür werden analoge oder digitale ›Geräte‹ eingesetzt, die sich über die DAW steuern lassen und als Audio-Effekte bezeichnet werden.³ Man kann beispielsweise ein analoges Gerät wie einen Equalizer durch ein Audio-Interface an die DAW anschließen, mit einer Au-

3 Das Projekt *Sound Design in digitalen Umwelten* bietet unter der Rubrik »Sound Design« prägnante Erklärungen vieler Audio-Effekte an: <https://www.sounddesign.uni-bonn.de/>.

diospur verbinden und es zu deren Bearbeitung steuern. Ein Equalizer greift in das Frequenzspektrum ein. Mit ihm kann man den Pegel von ausgewählten Frequenzen und Frequenzbereichen erhöhen oder verringern. Die Verbindung und Steuerung von digitalen Geräten (auch Plug-Ins genannt) über die DAW funktioniert genauso, der Unterschied ist nur, dass digitale Geräte nicht als Hardware vorliegen, sondern Software-Anwendungen sind.

Abb. 1.3: Darstellung der Amplitudenmodulation beim Tremolo-Effekt.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Mit Fokus auf die Produktion an der DAW lässt sich nun die viersekündige Stelle mit den zwei parallelen Gesangsspuren genauer analysieren. Beide Spuren wurden mit für professionelle Musikproduktion unerlässlichen Geräten wie Equalizern oder Kompressoren⁴ bearbeitet. Die zweite Gesangsspur, die ich oben als »stark bearbeitet« charakterisiert habe, hebt sich von der ersten ab, weil zu ihrer Gestaltung eine Reihe zusätzlicher Audio-Effekte zur Anwendung kommen. Einer davon ist der sogenannte Tremolo-Effekt (vgl. Alt 2023). Er stellt eine Anwendung einer technischen Operation namens

4 Ein Kompressor ist ein Gerät zur zeitautomatisierten Lautstärkeregelung. Ziel der Kompression ist es in der Regel, den Dynamikumfang (den Unterschied zwischen lauten und leiseren Passagen) zu reduzieren.

Amplitudenmodulation (AM) dar, die in Abb. 1.3 visualisiert ist. Bei der AM moduliert ein Signal die Amplitude (und damit die Lautstärke) eines anderen sogenannten Trägersignals. Je höher die Frequenz des Modulationssignals ist, desto schneller schwankt die Amplitude des modulierten Trägersignals. Man kann sich das so vorstellen, als ob der auf diese Spur zugewiesene Lautstärkeregler mehrmals pro Sekunde hoch und runter gedreht wird. Wendet man ein Tremolo auf eine Gesangsspur an, dann erhält die hörbare Stimme einen charakteristischen flackernden Charakter.

Zahlreiche andere Audio-Effekte prägen den Klang der zweiten Gesangsspur, können aber im Rahmen dieses Kapitels nicht thematisiert werden. Eine schnelle YouTube-Suche zeigt mehrere Tutorials, in der die Produktion dieser Gesangsspur an der DAW detailliert beschrieben wird. Das Tutorial von Jonas Wagner von Recording-Blog scheint mir besonders verständlich zu sein (vgl. Recording-Blog 2019). YouTube-Tutorials gibt es allerdings nicht für die Klänge aller möglichen Popmusik-Produktionen. Für viele Produktionen müssen Forschende auf ihr eigenes produktionstechnisches Wissen zurückgreifen oder sich dieses erarbeiten. Mittlerweile besteht eine wachsende Fachliteratur zur Musikproduktion, die für Nicht-Tontechniker*innen verfasst ist (vgl. Hodgson 2019; Collins 2020). Dort werden unter anderem Audio-Effekte konzis beschrieben und ihre Anwendung praxisnah erläutert. Außerdem hat sich ein Forschungsfeld namens »Musicology of Record Production« in den letzten 20 Jahren institutionalisiert, dessen Studien oft praxisnahe Einsichten mit analytischen Fragestellungen kombinieren, um Musikproduktion anhand konkreter Fälle zu erforschen (vgl. Zagorski-Thomas und Bourbon 2020). Eliot Bates und Samantha Bennett (2019) stellen zwar zu Recht fest, dass in diesem Feld Fragen nach Macht oder kulturelle Prozesse »außerhalb des Tonstudios« selten thematisiert werden. Dennoch ist der Fokus auf die technische Klanggestaltung besonders profiliert, weshalb es sich lohnen kann, Literatur von diesem Feld heranzuziehen, um sich ein Instrumentarium und ein Vokabular zur Klanganalyse anzueignen.

1.4 Klanggeschichte als Produktionsgeschichte

Ausgehend von der erarbeiteten Forschungsperspektive habe ich bisher klanganalytische Ziele verfolgt. Das Erkenntnisinteresse galt der Fragestellung, wie Klänge produziert sind, oder genauer: inwiefern sich Techno-

logien (wie DAWs oder Equalizer) sowie Techniken (wie Sequenzieren oder Amplitudenmodulation) auf die Produktion auswirken. Klanganalytische Ziele können das Verhältnis zwischen Klang und Praktiken, insbesondere Körperpraktiken (vgl. Körper-Kapitel im vorliegenden Buch), aber auch zwischen Klang und kulturellen Dimensionen wie Gender (vgl. Gender-Kapitel im vorliegenden Buch) präzisieren. Neben klanganalytischen kann man auch klanghistorischen Zielen nachgehen und zwar in Form von Produktionsgeschichte. Dabei liegt der Fokus auf der Geschichte von Techniken und Technologien, die zur Produktion von Popmusik entwickelt oder herangezogen wurden. Klanggeschichte wird hier zur Produktionsgeschichte. Analytische und historische Zielsetzungen schließen einander nicht aus. Vielmehr ergänzen sie sich und können zusammengeführt werden.

Am Fall von »Bad Guy« kann man Facetten von Produktionsgeschichte umreißen. Eilish und Finneas legen viel Wert auf die Produktion der Stimme. Das »Duh« von »Bad Guy« wurde vorgeblich 39-Mal aufgenommen, bis die Geschwister mit seinem Klang zufrieden waren (vgl. Portwood 2019). Sowohl Finneas als auch John Greenham, Master-Ingenieur von »Bad Guy«, stimmen darin überein, dass die vokale Gestaltung das wichtigste Element im oberen Frequenzspektrum der Produktion von Eilishs Songs darstellt (vgl. Mix with The Masters 2021a; Mix with The Masters 2021b). Charakteristisch für Eilishs Musikproduktionen ist, dass sich ihre Stimme aus zahlreichen aufeinander geschichteten Gesangsspuren zusammensetzt und dass bei ihrer Aufnahme die Mikrofone sehr nah an der Quelle, Eilishs Vokaltrakt, stehen. Dies nennt man Nahmikrofonierung (engl.: close miking). Im Zusammenhang mit der Nahmikrofonierung singt Eilish leise und entspannt, man hört ihr Stimme trotzdem sehr nah, gelegentlich als würde sie Hörer*innen direkt ins Ohr flüstern. Durch die Schichtung vieler nahmikrofonierter Gesangsspuren sowie durch ihre Bearbeitung mittels Audio-Effekte erhält Eilishs Stimme ihren besonderen Charakter, was in »Bad Guy« gut hörbar ist.

Multitracking, die Schichtung mehrerer Audiospuren, ist heute selbstverständlich, war aber eine Errungenschaft der Popmusik, wie eine produktionshistorische Perspektive zeigt. Im Jahr 1951 wurde ein mit »Bad Guy« vergleichbarer Pophit namens »How High The Moon« (Capitol) produziert und veröffentlicht (vgl. Abb. 1.4). Er ist mit »Bad Guy« vergleichbar, weil er auch in der familiären Umgebung eines Homestudios produziert wurde, wo aber nicht Geschwister, sondern ein Ehepaar, die Sängerin Mary Ford und

der Gitarrist und Produzent Les Paul, mit einer Tonbandmaschine arbeitete. Die Vergleichbarkeit zwischen »Bad Guy« und »How High The Moon« beschränkt sich nicht auf die Produktionsumgebung. So wie bei Eilish setzt sich Fords Stimme aus mehreren Gesangsspuren zusammen, die übereinander geschichtet wurden. Bis zur Produktion von »How High The Moon« war es aber nicht möglich, mit der Tonbandmaschine mehr als eine Spur gleichzeitig aufzunehmen oder mehrere Spuren übereinander zu schichten. Paul entwickelte dafür eine Produktionstechnik, die Overdubbing heißt. Beim Overdubbing werden zuvor aufgenommene Audiospuren wiedergegeben und abgehört, während gleichzeitig zusätzliche Audiospuren aufgenommen werden. Overdubbing kann mehrfach wiederholt werden, sodass mehrere Schichten entstehen. Das für DAW-Nutzer*innen so selbstverständliche Multitracking geht produktionshistorisch auf das Overdubbing zurück. Anders als in Multitracking mit der DAW lassen sich die Spuren beim Overdubbing nicht einzeln bearbeiten oder einzeln herausnehmen. Ein Fehler oder ein unerwartetes Nebengeräusch beim Overdubbing ruiniert die Schichtung und man muss von vorne anfangen.

Abb. 1.4: »How High The Moon« (1951) als 7-Zoll-Single.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Um Overdubbing zum ersten Mal in der (Popmusik-)Geschichte mit der Tonbandmaschine zu realisieren, montierte Paul in einer Tonbandmaschine einen zusätzlichen Wiedergabekopf vor die standardmäßig vorhandenen Löscher-, Aufnahme- und Wiedergabeköpfe. Der zusätzliche Wiedergabekopf spielte zuvor Aufgenommenes über einen Kopfhörer ab, sodass man dazu eine neue Spur präzise aufnehmen konnte. Laut Pauls eigener Aussage wurde »How High The Moon« aus 24 Spuren (zwölf für die Gitarre und zwölf für die Stimme) produziert, was für damalige Praxis bahnbrechend war (vgl. Buskin 2007). Je mehr Audiospuren durch Overdubbing geschichtet werden, desto schlechter klingen die als erstes aufgenommenen Audiospuren. Der Klang von »How High The Moon« ist trotz der 24 Spuren bemerkenswert klar. Dies geht auf produktionstechnische Entscheidungen von Paul und Ford zurück. Für »How High The Moon« wurden die unwichtigsten Teile zuerst aufgenommen und die Teile, die am klarsten und saubersten klingen sollten, wurden zuletzt aufgenommen. Das war damals eine äußerst kreative und ungewöhnliche Art der Musikproduktion. Die Entscheidung, welche Audiospur, wann und wie aufgenommen wird, hing konstitutiv mit der Entscheidung zusammen, welche Klanglichkeit die Stimme und die Gitarre in welcher Sektion der Produktion haben sollte.

Die Schichtung von Gesangsspuren ist bei »How High The Moon« nicht zeitlich exakt, was bedeutet, dass die Gesangsspuren zueinander minimal de-synchronisiert und damit minimal zeitlich verzögert sind. Durch diese Verzögerung (engl.: delay) erhält die aus den Gesangsspuren bestehende Stimme Fords einen »entkörperlichten« Charakter. Außerdem klingt Fords Stimme entspannt und gehaucht – wie Eilishs Stimme in »Bad Guy«. Dies geht darauf zurück, dass Ford und Paul »How High The Moon« zu Hause produzierten, während die Nachbarn schliefen und keine Geräusche (mehr) machten. Um die Nachtruhe selber nicht zu stören, musste Ford leise singen und sehr nah mikrofoniert werden. Weil Ford und Paul nicht über einen Aussteuerungsmesser (engl.: VU meter) zur Lautstärkekontrolle verfügten, musste sich Ford beim Overdubbing durchs Hören orientieren, wie laut sie singen soll, um das Mikrofon-Signal nicht zu übersteuern und die bereits aufgenommenen Schichten zu ruinieren. So wie Eilish verfügte Ford über ein ausgeprägtes Verständnis des Produktionsprozesses und der damit involvierten Technik. Sang Eilish gezielt für das Multitracking mit der DAW, so sang Ford gezielt für das Overdubbing mit der Tonbandmaschine.

Diese kurze Zeitreise ins Jahr 1951 zeigt, dass Popmusik in ihrer Produktionsgeschichte erforscht werden kann und dass dadurch Verbindungen herstellbar sind, die ohne den Fokus auf Produktionstechniken unthematisiert blieben. Warum würde man sonst den angestaubten Song »How High The Moon« in Zusammenhang mit »Bad Guy« bringen? Mit Fokus auf Produktionsgeschichte geht eine Erweiterung von Popmusikgeschichte über Erzählungen von Künstler*innen und Fans hinaus (vgl. Geschichte-Kapitel im vorliegenden Buch). Produktionsgeschichte wird zur Schnittstelle zwischen Popmusikgeschichte und Klang-, Wirtschafts- und Technikgeschichte, wodurch historische Kontinuitäten und Umbrüche in der Popmusik feststellbar werden. Die mittlerweile klassischen Produktionsgeschichten von Albin Zak (2001), Mark Katz (2004) und Susan Schmidt Horning (2013) sind vorbildlich für eine Historisierung von Popmusik, die von Produktionsprozessen ausgehen.

Die Verknüpfung zwischen »How High The Moon« und »Bad Guy« ergibt sich nicht so sehr aus dem Klang oder aus den Technologien zur Produktion. Eilishs Stimme klingt doch ganz anders als Fords und eine DAW operiert ganz anders als eine Tonbandmaschine. Produktionstechniken wie Multitracking/Overdubbing oder Nahmikrofonierung sowie damit zusammenhängende Gesangstechniken sind hier zentral. Die für dieses Kapitel vorgeschlagene technikahe Forschungsperspektive erlaubt und begründet zudem auch eine andere Verknüpfung, nämlich eine über technische Operationen. Forschungsansätze, die diesen Fokus setzten, sind relativ neu und in der Popmusikforschung noch nicht etabliert. Die Bearbeitung der zweiten Gesangsspur in der viersekündigen Stelle von »Bad Guy« kann als Ausgangspunkt dienen, um einen Eindruck zu bekommen, wie eine derartige Verknüpfung aussehen kann.

Ich habe oben festgestellt, dass die zweite Gesangsspur durch Tremolo bearbeitet wurde. Die dem Tremolo-Effekt zugrunde liegende technische Operation ist die Amplitudenmodulation (AM). Sie wurde seit dem späten 19. Jahrhundert mathematisch kalkuliert, akustisch erforscht und technisch realisiert (vgl. Tucker 1971). AM wurde in Technologien wie Telegrafie, Telefonie und Rundfunk implementiert und weiterentwickelt, um Audiosignale effizient zu übertragen. Dies lässt sich am Fall der drahtgebundenen Telefonie gut nachvollziehen. Wollte man pro Leitung mehr als eine Telefonverbindung übertragen, hätte man sie überlagern müssen, was die Kommunikation unmöglich gemacht hätte. Mittels AM ließen sich aber mehrere Telefonverbindungen pro Leitung übertragen. Dafür fungiert das Audiosignal einer

Telefonverbindung (ein Telefongespräch) als Modulationssignal, das ein hochfrequentes Trägersignal moduliert. Trägersignale haben hier stets eine fixe Frequenz und decken stets nur einen klar abgegrenzten Frequenzbereich ab (etwa 50,5 kHz). So kann eine Leitung mehreren modulierten Trägersignalen zugeordnet werden, die sich nicht überlagern oder durchkreuzen, sodass faktisch mehrere Telefonverbindungen pro Leitung übertragbar werden.

Bei Empfänger*innen werden die modulierten Trägersignale demoduliert, sodass das Trägersignal herausgefiltert und nur das Modulationssignal hörbar wird. Für den Rundfunk gilt dasselbe Prinzip. AM-Sender decken ein fixes Frequenzband ab, das man am Rundfunkgerät wählt. Das modulierte Trägersignal ›trägt‹ hier das Audiosignal (beispielsweise ein Radioprogramm) zu weit entfernten Rundfunkgeräten. Ohne AM wären Audiosignale nicht übertragbar, weil das Frequenzspektrum, das Menschen hören (20 Hz bis 20 kHz), Radiowellen entspricht, die extrem lang sind und daher extrem große Sendeantennen für ihre Ausbreitung benötigen. Wenn man aber die Audiosignale von Radioprogrammen als Modulationssignale für AM einsetzt, werden diese Audiosignale von den hochfrequenten Trägersignalen getragen, deren Wellen deutlich kürzer sind und mit normalen Sendeantennen problemlos ausgebreitet werden können.

Anhand weniger Sekunden von »Bad Guy« sind Kernaspekte der Telefonie- und Rundfunkgeschichte erforschbar, die mit wirtschaftlichem Kalkül sowie mit kulturellen Aspekten wie Macht, Race, Disability etc. eng zusammenhängen. Mit Fokus auf die technischen Operationen zur Klanggestaltung in Popmusik lassen sich in der Tat produktive Verbindungen zu Klang-, Technik-, Wirtschafts- und Wissenschaftsgeschichte herstellen. Erkenntnisse und Zugänge aus Feldern wie Medienarchäologie, Science and Technology Studies sowie Wissenschaftsgeschichte werden hier so relevant wie Quellentypen, die man im Zusammenhang mit Popmusikforschung vielleicht nicht erwarten würde, etwa Geräte, technische Schriften, Patente, Schaltungen oder sogar Programmcodes. Hier wird nicht nur über, sondern auch *durch* Klang erforscht. Obwohl dieser Fokus auf technische Operationen in der (Pop-)Musikforschung noch nicht etabliert ist, zeugen die musikbezogenen Studien von Christina Dörfling (2022) und Malte Pelleter (2021) davon, dass das Erkenntnispotenzial enorm ist.

1.5 Schluss: Hörtechniken der Popmusik

Eine klanganalytische oder klanghistorische Beschäftigung mit Popmusik ist ohne eine eingehende Auseinandersetzung mit dem Hören nicht vollständig. Der bisherige Fokus auf die Musikproduktion mag den Eindruck erwecken, dass die klangliche Identität von Popsongs mit ihrer Produktion fixiert wird. Dass dies nicht der Fall ist, erklärt Peter Wicke wie folgt:

»Derselbe Song unter Kopfhörern zu Hause gehört, als Bestandteil einer 90-minütigen Bühnenperformance erlebt oder aber im Club als Tanzvorlage genommen, ist nur dem Namen nach derselbe Song. Wird er beim Tanz von der Bassline her erschlossen, ergibt sich ein anders strukturiertes Gebilde als beispielsweise bei der subjektzentrierten ästhetischen Wahrnehmung unter Kopfhörern entlang des Wort-Ton-Verhältnisses. Von einer ihre Integrität bewahrenden klanglichen Entität, die sich gegenüber dem kulturellen Umraum als ›Werk‹ konstituiert und darin eine quasi gegenständliche, fixe Existenz erhält, ist hier nicht auszugehen.« (Wicke 2003: 118)

Das Hören als historischer, kultureller und technischer Gegenstand wird von den Sound Studies erforscht. Ihre Studien fokussieren sich unter anderem auf Technologien des Hörens – Technologien, durch welche beispielsweise der Klang von Musik gehört wird. Ausgehend von Hörtechnologien wird nicht nur untersucht, wie sie den Klang von Musik prägen, sondern auch, inwiefern sie das Hören technisieren. Daher spricht man in diesen Zusammenhang nicht von Hörpraktiken, sondern von *Hörtechniken* (vgl. Sterne 2003).

Jens Gerrit Papenburg verwendet den Begriff ›Hörgerät‹, um Technologien begrifflich zu fassen und historisch zu rekonstruieren, die zur Herausbildung von Hörtechniken in der Popmusik führten (Papenburg 2023). Eine Schallplatte, das Sound System von einem Club, ein MP3-File oder Noise-Cancelling-Kopfhörer sind alle Beispiele für Hörgeräte, die den Klang von Musik massiv prägen und so Hörtechniken mitkonstituieren. Aus dieser Forschungsperspektive ist die klangliche Identität von Popmusik weder fixiert noch abgeschlossen, wenn sie als ›fertige‹, rechtlich geschützte Produktion vorliegt, die man als CD kauft, über Spotify streamt oder im Konzert erlebt. Vielmehr ist hier ausschlaggebend, durch welche Technologien der Klang von Popmusik gehört wird und wie das Hören dadurch technisiert wird.

Die Fokussierung auf Hörtechniken hat mindestens drei weitreichende Folgen für die Popmusikforschung. Erstens werden musikindustrielle Zusammenhänge auf Formate (7-Zoll-Schallplatte, LP, Cassette, CD, MP3-File, Streaming-Audiofile) hin untersuchbar, die mit dem Fokus auf Produktion unberücksichtigt bleiben könnten. Man konsumiert nicht nur Songs, sondern konkrete Formate, für deren optimale Zirkulation spezifische Infrastrukturen (Logistik, Kooperation, Protokolle) und Standards eingerichtet werden (vgl. Gálvez 2024). Eine Bewirtschaftung von Musik ist immer auch eine Bewirtschaftung des Musikhörens (vgl. Musikwirtschaft-Kapitel im vorliegenden Buch). Zweitens wird der Zusammenhang zwischen Hören und Körper medientechnisch konkretisiert. Die Körper etwa, die in Clubs oder auf Konzerten durch spezifische Sound Systeme beschallt werden, trainieren sich nicht nur an spezifischen Hörtechniken, sondern auch an spezifischen Körpertechniken. Die Technisierung des Hörens durch Popmusik ist immer auch eine Technisierung des Körpers (vgl. Just 2019), die im Hinblick auf konkrete Hörgeräte untersucht werden kann (vgl. Körper-Kapitel im vorliegenden Buch).

Drittens wird mit der Fokussierung auf Hörtechniken die Macht von Klang für die Hervorbringung von Selbst- und Weltverhältnissen analytisch fassbar. Der Klang von Popmusik erscheint demnach nicht so sehr als ›Spiegelungsfläche‹ von Werten, Normen oder Selbstverständnissen (vgl. Identität-Kapitel im vorliegenden Buch), sondern eher als Element, das in »die soziale Beziehung von Menschen zueinander, zu ihren eigenen Biographien und Körpern, und zu ihrer materiellen Umwelt« (Shepherd 1992: 3) verändernd eingreifen kann. Mit diesem letzten Punkt wird ein Kernanliegen der Popmusikforschung seit ihrer Institutionalisierung erkennbar, nämlich Klanganalyse als Kulturanalyse zu profilieren. Noch deutlicher als bei der Produktionsgeschichte ist Popmusik hier nicht nur ein Gegenstand, den es zu erforschen gilt, sondern auch ein Forschungs*medium*, durch welches Kultur in ihrer irreduziblen klanglichen Dimension analysiert werden kann. Forschung *über* den Klang von Popmusik wird damit ein Stück weit zur Forschung *durch* den Klang von Popmusik. Eine derartige Forschungsperspektive birgt Potenziale zur Erforschung von Kultur in Geschichte und Gegenwart – Potenziale, die eine wissenschaftliche Beschäftigung mit Popmusik nicht nur attraktiv, sondern auch in den Kulturwissenschaften unerlässlich machen.

Weiterführende Aufgabenstellung



- Hören Sie noch einmal »Bad Guy« und achten Sie auf den Bass ab Min. 2:30. Hören Sie die Songs »Magnolia« und »Princess Diana« und achten Sie auch dort auf die Bassgestaltung. Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten sind feststellbar? Recherchieren Sie, welche Technologien und Techniken dazu beitragen, dass der Bass im Frequenzbereich unter 200 Hz betont wird und übersteuert klingt.
- Vocoder, Talkbox und Auto-Tune sind drei Technologien, die den Stimmklang massiv prägen. Hören Sie die Songs »Let's Groove«, »Nobody's Perfect« und »24K Magic« und versuchen Sie festzustellen, in welchem Song welche der drei Technologien jeweils zum Einsatz kommt. Finden Sie danach heraus, wann diese Technologien zum ersten Mal in der (Pop-)Musik verwendet wurden. Recherchieren Sie anschließend, welche Operationen diese Technologien vollziehen und in welchen historischen Zusammenhängen sie entwickelt wurden. Notieren Sie, welche historischen Verbindungen dadurch erkennbar werden.
- Hörtechniken lassen sich schwerlich von Songs aus untersuchen. Wenn Sie Streamingdienste verwenden, gehen Sie Playlisten durch und vergegenwärtigen Sie sich, wie dadurch Ihr Hören von (Pop-)Musik organisiert wird. Recherchieren Sie anschließend über das Hören von Musik über Schallplatten (7-Zoll-Singles und LPs) zwischen 1950 und ca. 1980. Fragen Sie Menschen über 60 Jahre, wie sie Musik damals entdeckt, gekauft, organisiert, geteilt und gehört haben. Stellen Sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Musikhören durch Streamingdienste und Musikhören durch Schallplatten fest. Versuchen Sie, Ihre Ergebnisse auf die Begriffe Serialität, Portabilität, Privatheit und Teilbarkeit zu beziehen.

Songs



- Playboi Carti: »Magnolia« (2017): https://www.youtube.com/watch?v=oCveByMXd_o
- Ice Spice und Nicki Minaj: »Princess Diana« (2023): <https://www.youtube.com/watch?v=gMq-lodejjE>
- Earth, Wind & Fire: »Let's Groove« (1981): https://www.youtube.com/watch?v=Lrleox_DHBM
- Madonna: »Nobody's Perfect« (2000): <https://www.youtube.com/watch?v=d-8D4okB9LbU>
- Bruno Mars: »24K Magic« (2016): <https://www.youtube.com/watch?v=Uqy-T8IEBkvY>



Lektüreempfehlungen

Hodgson, Jay (2019): *Understanding Records: A Field Guide to Recording Practice. Second Edition*. New York: Bloomsbury Academic.

- » Der Tontechniker Jay Hodgson führt in diesem Buch hervorragend in die Musikproduktion ein. Dabei behandelt er den gesamten Produktionsprozess von der Aufnahme bis zum Mastering. Hodgson beschreibt Audio-Effekte konzipiert und erläutert ihre Anwendung praxisnah. Alle besprochenen Klänge beziehen sich auf Songs, die Hodgson auf Online-Playlisten zur Verfügung stellt. Studierende können die Beschreibungen und Erklärungen von Hodgson hörend nachvollziehen.

Brøvig-Hanssen, Ragnhild und Danielsen, Anne (2016): *Digital Signatures: The Impact of Digitalization on Popular Music Sound*. Cambridge: MIT Press.

- » Ragnhild Brøvig-Hanssen und Anne Danielsen erklären in diesem Buch exzellent die Effekte von digitalen Technologien und damit zusammenhängenden Produktionstechniken auf den Klang von Popmusik. Pro Kapitel wird eine Klangdimension anhand einer Produktion der Popmusik behandelt. Dieses Buch ist ausschlaggebend für die Auseinandersetzung mit dem Klang von Popmusik im digitalen Zeitalter.

Milner, Greg (2018): *Perfecting Sound Forever: The Story of Recorded Music*. London: Granta Books.

- » Dieses Buch ist eher ein Sachbuch als eine akademische historische Darstellung. Geschichten sind allerdings am lehrreichsten, wenn sie gut geschrieben sind und es Spaß macht, sie zu lesen. Milner hat mit diesem Buch eine fesselnde und äußerst einsichtsvolle Geschichte der Musikproduktion vorgelegt. Einige Aspekte, die Milner dort behandelt, sind bisher nirgendwo umfassender dargestellt worden.

Literatur

Alt, Max (2023): Sound Design: Eine (Musik-)Theorie des medientechnisch gestalteten Klangs? In: *ZGMTH* 20/2: 91-108. DOI: <https://doi.org/10.31751/1196>.

- Bates, Eliot und Bennett, Samantha (2018): *The Production of Music and Sound: A Multidisciplinary Critique*. In: *Critical Approaches to the Production of Music and Sound*. Hg. von Samantha Bennett und Eliot Bates. New York: Bloomsbury Academic. S. 1-20.
- Binas-Preisendörfer, Susanne (2024): *Populäre Musik zwischen Musik- und Medienwissenschaften*. Baden-Baden: Rombach Wissenschaft.
- Buskin, Richard (2007): *Classic Tracks: Les Paul & Mary Ford »How High The Moon«*. In: *Sound on Sound*. Link: <https://www.soundonsound.com/techniques/classic-tracks-les-paul-mary-ford-how-high-moon> (08.04.2024).
- Collins, Karen (2020): *Studying Sound: A Theory and Practice of Sound Design*. Cambridge: MIT Press.
- Dörfling, Christina (2022): *Der Schwingkreis: Schaltungsgeschichten an den Rändern von Musik und Medien*. Paderborn: Fink.
- Gálvez, José (2024): *Technologien der Transparenz. Der RIAA-Standard und die (Un-)Hörbarkeit von Schallplatten*. In: *Opake Medien. Metakommentar und Störung als medienübergreifende Verfahren*. Hg. von Alina Hofmann und Paul Labelle. Hannover: Wehrhahn. S. 87-111.
- Hodgson, Jay (2019): *Understanding Records: A Field Guide to Recording Practice. Second Edition*. New York: Bloomsbury Academic.
- Just, Steffen (2019): *Musikanalyse als Mediendispositivanalyse – Perspektiven einer Neuorientierung für die Popmusikforschung*. In: *(Dis-)Orienting Sounds. Machtkritische Perspektiven auf Populäre Musik*. Hg. von Ralf von Appen und Mario Dunkel. Bielefeld: transcript. S. 187-209.
- Katz, Mark (2010 [2004]): *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music. Revised Edition*. Berkeley: University of California Press.
- Kittler, Friedrich (1993 [1984]): *Der Gott der Ohren*. In: *Draculas Vermächtnis: Technische Schriften*. Hg. von Friedrich Kittler. Leipzig: Reclam. S. 130-148.
- Mix with The Masters (2021a): *John Greenham masters »Bad Guy« by Billie Eilish*. Link: https://www.youtube.com/watch?v=gV3ps4_sJkM (08.04.2024).
- Mix with The Masters (2021b): *Vocal production for Billie Eilish by Finneas*. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=7Y6aFCS8evg> (08.04.2024).
- Papenburg, Jens Gerrit (2023): *Listening Devices: Music Media in the Pre-Digital Era*. New York: Bloomsbury Academic.
- Pelleter, Malte (2021): *»Futurhythmaschinen«: Drum-Machines und die Zukünfte auditiver Kulturen*. Hildesheim: Olms.

- Portwood, Jerry (2019): The Breakdown: Billie Eilish und Finneas on Bad Guy. Link: <https://www.rollingstone.com/music/music-news/billie-eilish-bad-guy-finneas-song-breakdown-video-882603/> (08.04.2024).
- Recording-Blog (2019): So geht's: Vocal Effect von Billie Eilish in »Bad guy«, Tutorial Deutsch, Recording-Blog #41. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=fj9l6XaasRw> (08.04.2024).
- Schmidt Horning, Susan (2013): *Chasing Sound: Technology, Culture, and the Art of Studio Recording from Edison to the LP*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Shepherd, John (1992): Warum Popmusikforschung? In: *PopScriptum* 1. DOI: <https://doi.org/10.18452/20155>.
- Sterne, Jonathan (2003): *The Audible Past: Cultural Origins of Sound Reproduction*. Durham: Duke University Press.
- Tucker, D. G. (1971): The early history of amplitude modulation, sidebands and frequency-division-multiplex. In: *Radio and Electronic Engineer* 41/1: 43-47. DOI: <https://doi.org/10.1049/ree.1971.0008>.
- Wicke, Peter (2003): Popmusik in der Analyse. In: *Acta Musicologica* 75/1: 107-126.
- Zagorski-Thomas, Simon und Bourbon, Andrew (Hg., 2020): *The Bloomsbury Handbook of Music Production*. New York: Bloomsbury Academic.
- Zak, Albin J. (2001): *The Poetics of Rock: Cutting Tracks, Making Records*. Berkeley: University of California Press.

2 | FORM

»If she reads all the lyrics«

Dietmar Elflein



Themen

Musikalische Form, musikalische Analyse, Formmodelle, Standard Pop Song



Über diese Lerneinheit

Die Songstruktur wird analysiert und in die Geschichte des Popsongs eingeordnet. Verschiedene historische Modelle des Popsongs werden besprochen und zu »Bad Guy« in Beziehung gesetzt. Formale Besonderheiten von »Bad Guy« werden herausgearbeitet, benannt und diskutiert.



Lernziele

Verständnis der historischen Entwicklung musikalischer Form: Ich entwickle ein Verständnis von musikalischer Form in der Popmusik. Ich erkenne verschiedene Grundformen eines Popsongs und kann diese zeitlich einordnen. Ich kann potenzielle Besonderheiten aktueller Songbeispiele kritisch hinterfragen.

Verständnis musikalischer Formelemente in Popsongs: Ich entwickle ein Verständnis für die Formelemente, aus denen ein Popsong besteht. Ich bin in der Lage, Bezeichnungen für Formteile kritisch zu hinterfragen.

2.1 Einleitung

In diesem Text wechseln sich zwei Schriftarten ab. Die eine – diese hier – wird bei allgemeinen Informationen verwendet, die andere bei »Bad Guy«-spezifischen Absätzen. Wechsel zwischen den Schriftarten sind außerdem durch eine Leerzeile markiert. Als Songstruktur, Trackstruktur oder (musikalische) Form bezeichnet man die grundlegende Gestalt eines Musikstückes, die (fast) immer auf einem Wechsel von Bekanntem und Unbekanntem beruht. Auf die Präsentation von Ideen folgt meist entweder deren Wiederholung und Variation oder die (kontrastierende) Präsentation weiterer Ideen. Wir alle hören derartige Formelemente immer, wenn wir Musik konsumieren: die gerade beschriebene Abwechslung von Neuem und Bekanntem beispielsweise, eine neue Melodie, ein rhythmischer Break oder die Wiederkehr der Hook nach einer Zeitspanne, in der andere musikalische Elemente im Vordergrund standen.

Bei »Bad Guy« nehmen wir ziemlich sicher bereits beim ersten Hören zwei stark unterschiedliche Formteile wahr, die durch einen ausgedehnten Break voneinander getrennt werden. Der kürzere zweite Teil wirkt langsamer und behäbiger als der längere erste. Da der erste Teil nicht nur länger ist, sondern sogar mehr als dreimal so lange dauert wie der zweite, besteht gleichzeitig die Möglichkeit, dass nur der erste Formteil in der Wahrnehmung das eigentliche Stück repräsentiert, während der zweite als etwas seltsames Anhängsel betrachtet werden könnte.

Wir suchen beim Hören einerseits nach Mustern, die wir wiedererkennen können, und vergessen andererseits zumindest beim ersten Hören relativ schnell wieder, was wir gerade gehört haben. Das heißt, wir überschauen die Form selten als Gesamtheit, sondern meist nur jeweils Teilbereiche, deren Größe zudem individuell variiert. Um Form in ihrer Gänze zu verstehen, muss man deshalb bewusst, fokussiert und wiederholt hören – also häufiger, wieder von weiter vorn ansetzten, zwischen ähnlichen Teilen hin und her springen, um Unterschiede wahrzunehmen und so weiter.

Gleichzeitig gibt es nicht nur *die* eine Form eines Stückes. Sie kann sich verändern, je nachdem, was ich als formgebend betrachte: Melodie, Basslinie, Beat, Akkordfolge, Hook, Sound oder noch etwas anderes. Bei allen Unterschieden der Formgebung geht es jedoch fast immer um die Abfolge Ideenpräsentation, Wiederholung und Variation dieser Ideen sowie potenziell die Kont-

rastierung mit neuen Ideen. Eine der Grundfragen ist dabei, ab wann eine Idee derartig stark variiert ist, dass sie auch als eine neue Idee betrachtet werden könnte. Hierfür gibt es keine eindeutige Antwort, es geht um die Gewichtung von Argumenten, die von Mensch zu Mensch unterschiedlich ausfallen können.

»Bad Guy« macht es mir in dieser Hinsicht leicht. Es bietet sich an, die markante Basslinie, mit der das Stück beginnt, als formgebend für den ersten Teil zu behaupten. Die weitere Differenzierung erfolgt weiter unten über die zur Basslinie gespielten oder gesungenen Melodien, die sich so deutlich voneinander unterscheiden, dass die Frage Variation oder neue Idee nicht wichtig wird.

Die Basslinie ist achttaktig und zerfällt in vier gleich lange Teile. Dabei entspricht der zweite Teil einer Wiederholung des ersten, sodass abstrahiert die Abfolge a-a-b-c für die Form der ersten Basslinie entsteht. Mit dem Bruch nach zweieinhalb Minuten ändert sich auch die Basslinie. Die zweite Basslinie ist kürzer, viertaktig, zerfällt aber ebenfalls in jetzt eben nur zwei zweitaktige Teile. Deren zweiter Teil ist eine variierte Wiederholung des ersten, sodass sich als Abstraktion »d-d« anbietet. Jeder Kleinbuchstabe entspricht dabei zwei Takten.

Die Klein- oder Großbuchstaben a, b, C, D... bezeichnen den jeweils ersten, zweiten, dritten Formteil eines Musikstückes ohne jegliche semantische Aufladung. Großbuchstaben verwende ich meist für größere Abschnitte, die sich wiederum in – mit Kleinbuchstaben bezeichnete – kleinere Abschnitte unterteilen können. Es können also in einem Stück mehrere A- oder b-Teile parallel existieren, deren Unterschiede und Gemeinsamkeiten deshalb jeweils aus dem Kontext ersichtlich werden müssen.

Ich unterteile popmusikalische Form in zwei große Bereiche: erstens potenziell endlose reihende Formen, die häufig kein definiertes Ende haben und entweder ausgeblendet werden oder abrupt enden; und zweitens in sich eher geschlossene Formen mit einem klaren Ende. Ersteres ist historisch eher Tanzmusik – manche sagen auch Tracks dazu. Letzteres sind eher erzählende Musikstücke zum Zuhören (vgl. Elflein 2010: 74-75; 2022: 16-18).

»Bad Guy« ist eine in sich geschlossene Form, ein Lied, das jedoch auch Tanzmusik-Elemente beinhaltet. Wie so häufig sind dichotome Typisierungen (entweder... oder) puristische Abstraktionen, während in der Realität eher Mischformen vorkommen und einen Graubereich bilden.

Die grundlegende Liedform der Popmusik bezeichne ich in Anlehnung an Allan F. Moores (2001: 150) »Standard Rock Song« als Standard Pop Song. Dieser beruht auf Ideenpräsentation, Wiederholung dieser Ideen, dem Wechsel zu etwas musikalisch Neuem, Kontrastierendem und der abschließenden Rückkehr zu bekanntem Material. Eine zusätzliche Einleitung und ein Schlussteil sind optional. Auf Buchstaben verkürzt und abstrahiert ergibt sich so die Struktur: A-A-B-A. Dagegen steht die Idee der Tanzmusik, die eine Anzahl von Formteilen beständig wiederholt und variiert und nicht unbedingt Kontraste benötigt, die die Tanzenden nur aus dem Konzept bringen könnten: A-B-C-A-B-C...

»Bad Guy« präsentiert zu Beginn die erste der beiden das Stück strukturierenden Basslinien einmal instrumental. Diese und alle folgenden, auf der ersten Basslinie beruhenden Formteile bestehen aus den oben beschriebenen vier zweitaktigen Einheiten a-a-b-c. Auf das instrumentale Intro folgen drei Wiederholungen der Basslinie mit Gesangsbegleitung, wobei sich sowohl die Gesangsmelodie beim dritten Mal verändert als auch die Basslinie jetzt mit einer Pause endet. Im Anschluss folgt die Generalpause, in der Billie Eilish den Stücktittel und das prägnante »Duh« singt (vgl. Sound-Kapitel im vorliegenden Buch). Anschließend wird die Basslinie zur Begleitung einer Synthesizer-Melodie wieder aufgenommen. Ich bezeichne die einleitende instrumentale Basslinie als A, Basslinie plus erste Gesangsmelodie als B, Basslinie plus zweite Melodie als C, die Generalpause als D und die Basslinie plus Synthesizer-Melodie als E. Damit stellt sich die Struktur wie folgt dar: A—B-B-C-D-E. Diese Folge wird ab B wiederholt und um einen zweiten E-Teil ergänzt: B-B-C-D-E-E. Um einen Copy-and-Paste-Eindruck zu vermeiden, setzt die Basslinie in der ersten Wiederholung von B aus. Auf einen weiteren Break (Br) folgt dann die viertaktige, in zwei gleich lange Teile d zerfallende, zweite Basslinie, die fünfmal erklingt: einmal als einleitende instrumentale Ideenpräsentation F (wie bei der ersten Basslinie) sowie in zwei Gruppen à zwei Basslinien, die erste mit Gesang (G), die zweite, abschließende mit geflüstertem »Bad Guy« und »Huh« (H) (vgl. Tab. 2.2). Das Stück endet abrupt mit dem Ende der Wiederholung von H.

Die gesamte Songstruktur von »Bad Guy« stellt sich also wie folgt dar:

A—B-B-C-D-E—B-B-C-D-E-E—Br— F-G-G-H-H

oder verallgemeinert: **A-A-B.**

A bis C und E beruhen auf der ersten Basslinie, F bis H auf der zweiten.

2.2 Historische Entwicklung der Standardform

Die Struktur des Standard Pop Songs mit Ideenpräsentation, Wiederholung, dann etwas Neues und zurück zu Bekanntem – oder abstrahiert A-A-B-A – entwickelt sich unter anderem am Broadway in New York Anfang des 20. Jahrhunderts (vgl. Forte 2001). Dabei umfasst jeder Formteil idealerweise acht Takte, die Teile sollen also gleich lang sein. Ein Durchlauf dauert damit insgesamt 32 Takte, bevor das Stück endet oder die Form nochmals von vorne beginnt. Diese 32-taktige AABA-Form ist die Grundlage vieler Jazzstandards und Songs aus den 1960er Jahren, insbesondere auch vieler Beatles-Kompositionen. Sie findet jedoch auch heute immer noch bzw. wieder Verwendung – allerdings gerne als Retro-Element – und gehört zum üblichen Werkzeugkasten der Popkomposition. Billie Eilish nutzt diese Struktur beispielsweise für ihren Grammy- und Oscar-prämierten Beitrag zum Barbie-Soundtrack, »What Was I Made For«.

Auf dem Weg in die Gegenwart wird erst die Beschränkung auf acht Takte pro Formteil aufgeweicht – wie bei den zwölf Takten für den B-Teil in »What Was I Made For« –, dann teilt sich der A-Teil in zwei Teile, Verse und Chorus (vgl. Stephenson 2002). Während man als Verse meist den ersten Formteil mit Gesangsbegleitung bezeichnet, der im Stückverlauf musikalisch variiert und mit unterschiedlichem Text wiederholt wird, betrachtet man als Chorus einen musikalisch vom Verse deutlich zu unterscheidenden Formteil mit Gesang, der im Stückablauf mindestens einmal unverändert (gleiche Musik, gleicher Text) wiederholt wird und dessen Text oft den Stücktitel enthält. Außerdem hat der Chorus gegenüber dem Verse eine musikalische Steigerungsfunktion, die sich auf sehr vielfältige Weise vermitteln kann – von harmonischen über melodischen bis zu klanglichen Steigerungen.

Aus dem B-Teil der AABA-Form entsteht im Rahmen der Weiterentwicklung zur Verse-Chorus-Form dann die Bridge: ein neuer, kontrastierender Teil nach dem zweiten Chorus, der textlich als Zwischenstrophe bezeichnet wird. Ken Stephenson (2002: 141) datiert diese Entwicklung auf den Anfang der 1970er Jahre. Ab den 2010er Jahren wird die Bridge unwichtiger und verschwindet zunehmend aus Songs. Popmusik in der Standardform kommt zum Abschluss, indem erneut der A-Teil mindestens in Teilen (Verse, Chorus oder beides) wiederaufgegriffen wird.

Die Zweiteilung des A-Teils in Verse und Chorus erfährt in der Folge eine weitere Ausdifferenzierung. Es entstehen drei-, vier- oder noch-mehr-teilige Formen. Zwischen Verse und Chorus entwickelt sich der Pre-Chorus, der Spannung aufbaut und zum Chorus hinführen soll (vgl. Kaiser 2011: 72). Im Anschluss an den Chorus entsteht der Post-Chorus als neuer Formteil, der im Gegensatz zur kontrastierenden Bridge die Energie des Chorus nochmals verfestigt oder steigert (vgl. Sloan und Harding 2020: 51). Eine weitere möglicher, aber im Rahmen von Verse-Chorus-Strukturen eher seltener Formteil ist eine Headline (vgl. Kaiser 2011: 55) – eine musikalisch prägnante Gestaltung des Stücktitels.

In Anlehnung an Ullrich Kaiser (2011) lässt sich zwischen textlicher und musikalischer Dimension bei der Forminterpretation unterscheiden. Während sich die Begriffe ›Chorus‹ und ›Verse‹ auf die Musik beziehen, beziehen sich ›Refrain‹ und ›Strophe‹ auf den Text. Der Chorus unterscheidet sich wie beschrieben durch musikalische Steigerung vom Verse. Der Refrain unterscheidet sich von der Strophe wiederum durch die Wiederholung des Textes, während sich bei der Strophe der Text verändert. Sowohl Chorus und Refrain als auch Verse und Strophe können ineinander fallen, müssen dies aber nicht. Das heißt, ein musikalischer Chorus kann textlich auch als Strophe gestaltet sein, so wie ein textlicher Refrain auch musikalisch als Verse komponiert sein kann.

2.3 »Bad Guy« als Standard Pop Song?

»Bad Guy« ist wegen der beschriebenen Zweiteilung formal ganz klar kein Standard Pop Song. Zwar werden Ideen präsentiert, wiederholt und dann passiert etwas Neues, aber es fehlt die abschließende Rückkehr zu bekanntem Material, um ein Standard Song zu werden: A-A-B und keine Rückkehr zu A. Gleichzeitig hat »Bad Guy« aber eine Verse-Chorus-Struktur – zumindest im ersten, drei Viertel der Songlänge ausmachenden Stückteil. Formteil C, die zweite Gesangsmelodie über der ersten Basslinie, fungiert als Chorus. Die musikalische Steigerung gegenüber dem Verse B erfolgt über die Addition einer Offbeat Hi-Hat. Textlich handelt es sich zudem um einen wiederkehrenden Refrain. Die Verse-Chorus-Form wird musikalisch um eine Headline – die unbegleitete Deklamation des Stücktitels in D – und einen instrumentalen Post-Chorus (E) erweitert.

Die folgende Tabelle zeigt die Struktur von »Bad Guy« als Ganzes und kontrastiert diese mit der Standardform eines Popsongs.

Tab. 2.1: Songstruktur und Standardform.

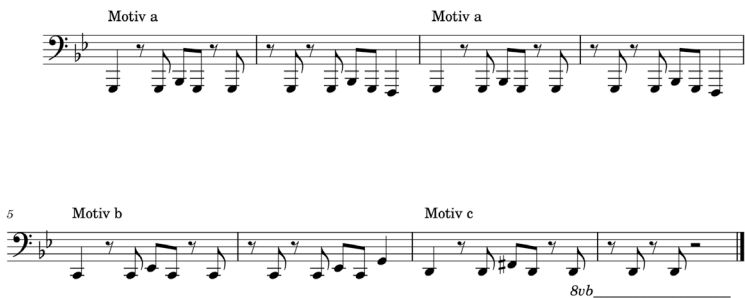
Bass- linie	Takte	Beginn (m:sek:ms)	Formteil			Standardform	
1	8	0:00:00		A	Intro	Intro	
1	8	0:14:20	A	B	Verse	Verse	A
1	8	0:28:40		B			
1	8	0:42:70		C	Chorus	Chorus	
	1 ¾	0:57:00		D	Headline		
1	8	1:00:45		E	Post-Chorus	Zwischenspiel	
	8	1:14:60	A	B	Verse	Verse	A
1	8	1:28.90		B			
1	8	1:43:10		C	Chorus	Chorus	
	1 ¾	1:57:45		D	Headline		
1	8	2:00:90		E	Post-Chorus	Zwischenspiel	
1	8	2:15:10		E			
	1	2:29:45		Br	Break	Bridge	B
2	4	2:31:15	B	F	Intro 2		
2	4	2:39:15		G	Verse 2		
2	4	2:47:15		G			
2	4	2:55:15		H	Chorus 2		
2	4	3:03:15		H			
(1)	x	x	x	x	x	(Verse)	(A)
(1)	x	x	x	x	x	(Chorus)	
(1)	x	x	x	x	x	(Outro)	

Die Bezeichnung Chorus 2 für den »Bad Guy« abschließenden Formteil H ist diskutabel, da der Formteil nur einmal auftaucht. Textlich wird die Refrainzeile D wiederholt, musikalisch geht es um eine steigende Variation der zweiten Basslinie (vgl. Tab. 2.2). Es handelt sich zumindest um einen potenziellen zweiten Chorus, man kann aber auch stattdessen Schlussteil sagen.

Die Suche nach wiederkehrenden formalen Mustern wird in der Popmusik von der Erfahrung mitbestimmt, dass die Zahl Vier eine zentrale Rolle einnimmt. Formteile sind häufig viertaktig oder ihre Länge entspricht einem Vielfachen von Vier. Abweichungen von diesem Muster erzeugen Aufmerksamkeit im positiven wie negativen Sinne (vgl. Elflein 2022: 18-19).

Die obige Tabelle zeigt die Wichtigkeit der Zahl vier bzw. ihrer Verdopplung zu achttaktigen Einheiten auch für »Bad Guy«. Die Ausnahmen sind D mit einer Länge von $1\frac{3}{4}$ Takten oder sieben Schlägen und der ein-taktige Break, der Basslinie 1 und 2 trennt. In beiden Fällen steht vor dem Formteil eine Generalpause, die dessen genaue Länge zusätzlich verschleiert. Diese Generalpause wird von Motiv c der ersten Basslinie bestimmt, das auf Zählzeit Zwei-Und endet wie Abbildung 2.1 verdeutlicht.

Abb. 2.1: Basslinie 1.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

In beiden Fällen kommen deshalb zwei Schläge Pause hinzu. Die Generalpause inklusive des Breaks zwischen Basslinie 1 und 2 dauert so real eineinhalb Takte. Noch vertrackter wird es bei D. Die entstehende Generalpause ist exakt neun Schläge lang. Da Basslinie 1 Motiv c ja noch zwei dieser neun Schläge andauert, ergibt sich

für die Headline eine Länge von sieben Schlägen. Damit entsteht ein über den Standard hinausgehendes, nicht nur formales Ausrufezeichen. Wir merken, irgendetwas ist komisch an dieser Stelle. Beim Tanzen, bei der Bewegung zur Musik entsteht eine kleine Verunsicherung, die schon wieder vorbei ist, bevor wir ihr genauer nachspüren können. Stattdessen werden wir wieder in der Sicherheit der Vielfachen von Vier gewiegt. Aber trotzdem, die Erinnerung, dass hier etwas besonders ist, bleibt.

Glaubt man Finneas O'Connell und Billie Eilish, so fehlte »Bad Guy« ihrer Wahrnehmung nach ein Chorus. Der in Tabelle 2.1 als Chorus bezeichnete C-Teil erscheint ihnen vielmehr als Pre-Chorus (vgl. Portwood 2019: 5:50-6:30). Das vermeintliche Fehlen eines Chorus (laut Eilish) bzw. einer Hook (laut O'Connell; vgl. ebd.) (über-)kompensieren sie mit dem instrumentalen Post-Chorus E und der vertrackten Anlage der Headline D.

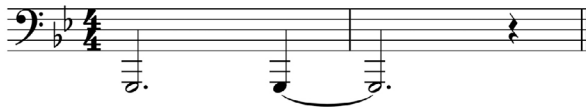
Im sozusagen klassischen Popsongwriting des 20. Jahrhunderts waren meist alle Formteile harmonisch noch unterschiedlich gestaltet (vgl. Kaiser 2011). Dagegen hat sich seit über zehn Jahren eine Entwicklung zu einer durchlaufenden harmonischen Formel etabliert. Die kompositorischen Höhepunkte werden nicht mehr harmonisch ausgearbeitet, sondern melodisch oder über unterschiedliche Arrangements.

Dies gilt auch für »Bad Guy«. Basslinie 1 bestimmt mit ihrer prägenden I-I-IV-V Formel sowohl Intro, Verse, Chorus als auch Post-Chorus ohne weitere harmonische Änderungen. Ob nun C als Chorus oder Pre-Chorus und E als Hook oder Post-Chorus gedacht ist bzw. wahrgenommen wird, macht harmonisch keinen Unterschied mehr.

Damit einher geht, dass der andere Teil des Popsongs, der B-Teil der 32-taktigen AABA-Form aus den Broadway Musicals der 1920 und 30er Jahre oder die Bridge des Standard Popsongs seit den 1970er Jahren (nicht nur) formal unwichtiger wird. Die Bridge verschwindet aus Popsongs, die Suche nach Hooks, nach Sektionen, die als Vor-, Neben-, Nach- oder Haupt-Chorus funktionieren könnten, wird wichtiger. Erhalten bleibt aber das Bedürfnis der Songschreiber*innen nach dem zweiten, gerne auch ausdifferenzierten Verse-Chorus-Block nicht einfach weiter zu machen, sondern an dieser Stelle Abwechslung zu schaffen. Dies kann ein verändertes Arrangement eines bereits melodisch etablierten Formteils sein, ein neuer Rhythmus zu bekannter Begleitung oder auch eine Variation einer bekannten Melodie.

Bei »Bad Guy« folgt dementsprechend auf den zweiten Verse-Chorus-Post-Chorus-Block anstelle einer Bridge der grundlegende Wechsel in den B-Teil mit Basslinie 2. Diese verharrt im Gegensatz zur ersten Basslinie statisch auf dem Grundton.

Abb. 2.2: Basslinie 2.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Da gleichzeitig das Tempo stark gedrosselt wird und zusätzlich die Notenwerte verlängert werden, macht das Stück eine Vollbremsung, es bleibt quasi stehen. Die formale Grundanlage des zweiten Teils ähnelt jedoch dem ersten Teil: Basslinie 2 wird einmal instrumental vorgestellt (F), zweimal mit Gesang fortgeführt (G) und dann mit variierter Begleitung nochmals zweimal gespielt (H), bevor das Stück abrupt endet. Hier zeigt sich im Wechsel von G zu H ein analoges Bedürfnis nach Veränderung im Anschluss an Präsentation und Wiederholung einer musikalischen Idee im Kleinen wie die Veränderung von Basslinie 1 hin zu Basslinie 2 im Großen. Geht man noch weiter ins Detail, findet sich dieses Bedürfnis bereits in der Struktur der ersten Basslinie aus drei zwei-taktigen Motiven a-a-b-c, von denen nur das erste Motiv wiederholt wird.

Der Unterschied zwischen Motiv a und b besteht dabei vor allem in einer Rückung um eine Quarte nach oben. Motiv c rückt einen weiteren Ganzton nach oben und endet bereits auf Zählzeit Zwei-Und des zweiten Taktes (siehe oben Abb. 2.1) oder noch früher. Harmonisch ergibt sich deshalb über die Rückung der Grundtöne von Basslinie 1 die bereits erwähnte I-I-IV-V Formel, während Basslinie 2 auf dem Grundton von Basslinie 1 verharrt (siehe oben Abb. 2.2).

2.4 Detailanalyse

Die Struktur der beiden Basslinien und hier insbesondere der ersten, die eigentlich nicht aus unterschiedlichen Motiven besteht, sondern aus der (harmonisch) variierten Wiederholung eines Motivs, deutet es bereits an: Eine detailliertere Formanalyse beschäftigt sich mit den Variationen bei der Wieder-

holung bereits bekannter Formteile. Je nach Erkenntnisinteresse muss man dabei unterschiedlich detailliert vorgehen. Am Ende dieser Ausdifferenzierung steht immer die Gefahr, jede mögliche Verallgemeinerung zugunsten der Differenziertheit zu negieren, und Formanalyse macht sich selbst überflüssig. Formanalyse ist deshalb immer ein Balanceakt, ein Kompromiss zwischen sinnvoller Verallgemeinerung und notwendiger Differenzierung.

Beispielsweise ist die Grundstruktur von »Bad Guy« jetzt schon klar, wenn ich aber genauer hinhöre, reichen die beiden Basslinien allein nicht mehr als Gliederungsmerkmale aus, um Fragen wie die folgenden zu beantworten: Wie unterscheidet sich der Chorus vom Verse, wenn die Basslinie gleich bleibt? Und sind die Verses immer gleich oder unterschiedlich gestaltet?

Ich habe die Variationen im Arrangement in Tabelle 2.2 zusammengefasst – nach bestem Hörgewissen, aber ohne Anspruch auf Vollständigkeit, hierfür sei auf die entsprechenden Kapitel des vorliegenden Bandes verwiesen.

Tab. 2.2: »Bad Guy«: klangliche und stimmliche Variationen.

Form	Klangschichten	Stimmschichten
A	Basslinie 1, Bass Drum	teilweise Stimmdopplung Bass
B	wie A	Verse, Stimmdopplung anfangs teilweise, ab Takt 5 permanent
B-2	plus elektr. Fingerschnipsen auf Backbeat, Generalpause in Takt 8 (nur die Bass Drum noch auf Zählzeit 1)	permanente Stimmdopplung ¹
C	plus Offbeat Hi-Hat, Generalpausen in Takt 4 und 8 jeweils ab Zählzeit 2	3 Stimmen links – mitte – rechts, mittlere Stimme später gedoppelt
D	Generalpause	eine verzerrte Stimme plus »Duh«

1 In einem Video zeigt Finneas O’Connell Teile des DAW-Arrangements. Man sieht, dass eine Vokalstimme immer aus drei parallelen Spuren besteht. Insgesamt sind in den B-Teilen bis zu fünf Stimmen à drei Spuren zu sehen (vgl. Portwood 2019: 3:50-5:50 bzw. 4:56 für B-3).

E	wie C plus ein-taktige Synthesizer-Melodie und Perkussion ² mit Sechzehntel-Puls	gehauchtes »hah« jeweils auf Zählzeit 4, ein textlicher Einwurf (»I'm the bad guy«)
B-3	Generalpause bis auf Backbeatperkussion, die jetzt aus erheblich mehr Klangschichten besteht als bei B-2	wie B-2
B-4	wie B-2	wie B-2
C-2	wie C minus Generalpause in Takt 4	
D-2	wie D	wie D
E-2	wie E	wie E plus »Duh« in Takt 8, Zählzeit 4
E-3	wie E	wie E plus »da«-Chor in Achtelnoten von 2+ bis 4+ plus textlicher Einwurf (»I'm only good at being bad«)
Br		
F	Basslinie 2, parallele Bass Drum, Snare auf 2+ (Takt 1 und 3) und 3 (Takt 1-3), Bass Drum ersetzt Snare in Takt 4. Hi-Hat in Achteln inkl. zwei Trap-Verzierungen ³	Stimme parallel zum jeweils ersten Bassimpuls, Gelächter auf 1
G	wie F, minus Snare auf 2+, Takt 4 ohne Snare bzw. Bass Drum	3 Stimmen: links – mitte – rechts
G-2	wie G, Takt 4 Generalpause	wie G, chorartige Harmonisierung in Takt 4
H	wie F, plus Snare auf 2+ in Takt 2 und 4, Percussion auf Backbeat in Takt 1 und 3, Percussion 2 zweitaktig auf 1+, 4+ und 2	wie F ohne Gelächter, gehauchtes »I'm a bad guy« in Takt 2 ab Zählzeit 2 und »Huh« in Takt 4, Zählzeit 4
H-2	wie H	wie H, Stotterer vor »I'm a bad guy«, plus leises »bad guy« und »huh« in Takt 3 ab Zählzeit 2

2 Es handelt sich bei dem Perkussionssound um die Feldaufnahme eines Klangs, der in Melbourne und Sydney Verwendung findet, um die Grünphase einer Fußgängerampel zu markieren (vgl. Portwood 2019: 6:45-8:30 und <https://www.youtube.com/watch?v=l-zeJRjP6xA> 4:35-5:30 [01.03.2024]).

3 Trap ist ein seit Anfang der 2000er Jahre existentes Subgenre von Hip-Hop. Trap Beats basieren u.a. auf komplexen Hi-Hat Pattern, die auf Triolen, Rolls und Swing zurückgreifen (vgl. Wegerle 2024).

Dieser detailliertere Blick zeigt, dass auf Grundlage von beiden Basslinien fast nichts ohne Variation, ohne Abwechslung zu schaffen, wiederholt wird. Copy-and-Paste am Laptopbildschirm im Arrangementfenster der präferierten Digital Audio Workstation mag ein Ausgangspunkt kreativer Arbeit sein, es ist aber in den seltensten Fällen der Endpunkt. Nur der zweite Teil des zweiten Verses (B-4) und die Wiederholung der musikalischen Headline (D-2) scheinen exakt den Formteilen (B-2 und D) zu entsprechen. Alles andere wird variiert wiederholt. Die Variationsbreite unterscheidet sich jedoch stark. Bis inklusive des ersten Teils des zweiten Verses (B-3) wird stark variiert, anschließend nicht oder nur schwach bis die Variationsbreite am Ende des zweiten großen A-Teils (bei E-3) wieder ansteigt.

So geht cleveres Popsongwriting. Die Wiederholung des ersten großen A-Teils (B-3) beginnt mit einer Generalpause in der Musik und unterscheidet sich damit so deutlich wie möglich vom Beginn des ersten Verses. Wenn man also klar gemacht hat, dass Copy-and-Paste kein Mittel ist, kann man Copy-and-Paste anwenden, ohne dass es beim Hören auffällt. Der veränderte Beginn des zweiten Verses lenkt uns von der folgenden Wiederholung ab. Um diesen Eindruck beizubehalten, muss auch das Ende des Formteils (hier E-3) wieder deutlich variiert werden. Zwischendrin sind keine oder nur kleine Variationen gefahrlos möglich, ohne formal langweilig zu wirken.

Die Dauer des großen B-Teils, des abschließenden zweiten, langsameren Stückteils über Basslinie 2 ist dagegen zu kurz, als dass derartige Überlegungen eine Rolle spielen würden. Er ist vorbei, bevor Langeweile aufkommen kann. Trotzdem wird auf der Basis von Basslinie 2 beständig variiert, kein Formteil von F bis H-2 entspricht genau dem Vorhergehenden.

Das formal Auffällige von »Bad Guy« bleibt jedoch dieser Bruch nach drei Viertel der Stücklänge, der auch durch keine Überleitung abgemildert wird, sondern über eine Generalpause noch betont wird – es wirkt so, als würde ein neues Stück losgehen, wäre nicht der verbindende Grundton und eine bei aller Unterschiedlichkeit doch ähnliche Soundästhetik vorhanden.

2.5 Schluss: Der Bruch kurz vor Schluss

Derartig radikale Änderungen des Stückcharakters wie bei »Bad Guy« finden sich im Rahmen von Liedformen eher selten. Auch bei den von Billie Eilish bis Dezember 2023 aufgenommenen Songs findet sich kein zweiter mit ähnlicher Struktur. Im Interview mit Jerry Portwood (2019: 10:43-10:50) nennt Eilish zwei formale Vorbilder aus dem Hip-Hop:

»I've been inspired by a song called ›Never‹ by JID and a song called ›Stuck in the Mud‹ by Isaiah Rashad that kind of stop for like five seconds in the middle and start this kind of new song that's kind of shorter. And I thought that was so interesting.«

Beide Vorbilder platzieren den Bruch tatsächlich ziemlich genau in der Mitte ihrer vier (vgl. JID 2017) bzw. sieben Minuten (vgl. Rashad 2016) Laufzeit und nicht erst nach drei Viertel der Stücklänge. Außerdem verlangsamt keiner der beiden das Tempo derartig drastisch wie Eilish in »Bad Guy«, JID zieht das Tempo sogar deutlich von 67 auf 105 Beats per Minute an. Im Gegensatz zu JID und Rashad bemühen sich Billie Eilish und Finneas O'Connell auch viel stärker um eine musikalische und atmosphärische Verbindung der beiden Teile.

Sie ähneln damit stärker einer im Heavy Metal verbreiteten Praxis, die ich an anderer Stelle (vgl. Elflein 2010) als duale Songstrukturen bezeichnet habe. Ein »Bad Guy« vergleichsweise ähnliches Beispiel ist »The Cemetery Angels« (2011) der Metal Band Crowbar. In der Videoverision erfolgt der Bruch zwischen A- und B-Teil ebenfalls nach mehr als drei Viertel der Laufzeit, das Tempo wird stark verlangsamt und die Harmonik statisch.⁴ Allerdings bleiben Crowbar im langsamen B-Teil instrumental. Auf dem Album *Sever the Wicked Hand* (2011) ist der B-Teil im Song um über eine Minute verlängert, sodass der Bruch jetzt fast in der Stückmitte liegt.

Wichtig für Eilish scheint insgesamt jedoch eher die Idee, zwei unterschiedlich entstandene musikalische Ideen einfach als zusammengehörig behaupten zu

4 Das YouTube-Video ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=zy5UnS6QSo0> (04.03.2024).

können, indem man sie unter einem Titel subsumiert. Laut Portwood (2019: 2:18-2:24) liegt zwischen der Entstehung des langsamen B-Teils und des schnelleren A-Teils nämlich ungefähr ein Jahr.

Die Genre- und Stilgrenzen überschreitende Faszination, die ein Stück wie »Bad Guy« ausüben muss, um so erfolgreich zu sein, zeigt sich auch in dieser formalen Anschlussfähigkeit in viele Richtungen, von Hip-Hop zu Metal, Pop und Tanzmusik. Dabei wird das Stück nie plump, sondern ist mit viel Wissen und Liebe zum Detail gestaltet. Reihende Tanzmusikelemente finden sich in den beiden jeweils durchlaufenden Basslinien, den durchgehenden Bass Drum Pattern und der Offenheit der Form. Liedelemente sind die Aufteilung in Verse und Chorus und die Notwendigkeit des Kontrastes, der Änderung nach dem zweiten Verse-Chorus-Block.

Weiterführende Aufgabenstellung



- Inwieweit unterstreicht oder konterkariert das Musikvideo zu »Bad Guy« die musikalische Form des Songs?
- Ordnen Sie die unten genannten Songs folgenden Songstrukturen zu:
 - AABA-Form
 - Standard Pop Song 20. Jh.
 - Standard Pop Song 21. Jh.
 - Duale Songstruktur
- Was ist formal gesehen der Hauptunterschied zwischen »Hold my Hand« und »Anti-Hero«?
- Worin sind sich »What Was I Made For?« und »Friday I'm in Love« formal ähnlich? Es gibt ein allgemeines und ein detaillierteres Argument!
- Was ist die Gemeinsamkeit von »Sabbath Bloody Sabbath« und »Bad Guy«?

Songs



- Billie Eilish: »What Was I Made For?« (2023): <https://www.youtube.com/watch?v=cW8VLC9nnTo>
- Taylor Swift: »Anti-Hero« (2022): <https://www.youtube.com/watch?v=b1kblwvqugk>
- Lady Gaga: »Hold My Hand« (2022): <https://www.youtube.com/watch?v=O-2CIAKVTOrc>

- The Cure: »Friday I'm in Love« (1992): <https://www.youtube.com/watch?v=mG-gMZpGYiy8>
- Black Sabbath: »Sabbath Bloody Sabbath« (1973): <https://www.youtube.com/watch?v=mfTjprzas5E>



Lektüreempfehlungen

Kaiser, Ulrich (2011): Babylonian confusion: Zur Terminologie der Formanalyse von Pop- und Rockmusik. In: *ZGMTH* 8/1: 43-75. DOI: <https://doi.org/10.31751/588>.

- » Ulrich Kaiser versucht in diesem Aufsatz, etwas Ordnung in die Terminologie der popmusikalischen Formanalyse zu bringen. Gut geschrieben, wichtig und kenntnisreich.

Stephenson, Ken (2002): *What to listen for in rock: a stylistic analysis*. New Haven London: Yale University Press. S. 121-143.

- » Ken Stephenson diskutiert an vielen Beispielen aus dem 20. Jahrhundert umfassend die Problematiken der popmusikalischen Formanalyse, z.B. die Frage, ab wann eine Variation einer musikalischen Idee zu einer neuen Idee wird und welche Konsequenzen das für die Analyse hat.

Butler, Mark (2006): *Unlocking the Groove: Rhythm, Metre and Musical Design in Electronic Dance Music*. Bloomington Indianapolis: Indiana University Press. S. 202-255.

- » Während sich Kaiser und Stephenson mit Songs befassen, schreibt Butler über elektronische Tanzmusik, zieht allerdings keine Linie zur Bluesgeschichte, sondern behauptet EDM als etwas Neues. Trotzdem wichtig.

Literatur

Elflein, Dietmar (2010): *Schwermetallanalysen*. Bielefeld: transcript.

Elflein, Dietmar (2022): *Ja, Herr, ich kann Boogie! R&B, Soul, Funk und Disco in Deutschland 1945-1980*. Braunschweig. DOI: <https://doi.org/10.24355/dbbs.084-202209021024-0>.

- Forte, Allen (2001): *Listening to Classic American Popular Songs*. Yale: Yale University Press.
- Kaiser, Ulrich (2011): Babylonian confusion: Zur Terminologie der Formanalyse von Pop- und Rockmusik. In: *ZGMTH* 8/1: 43-75. DOI: <https://doi.org/10.31751/588>.
- Moore, Allan F. (2001): *Rock: The Primary Text*. Aldershot: Ashgate.
- Portwood, Jerry (2019): The Breakdown: Billie Eilish und Finneas on Bad Guy. Link: <https://www.rollingstone.com/music/music-news/billie-eilish-bad-guy-finneas-song-breakdown-video-882603/> (04.03.2024).
- Sloan, Nate und Harding, Charlie (2020): *Switched on Pop: How Popular Music Works and Why it Matters*. New York: Oxford University Press.
- Stephenson, Ken (2002): *What to Listen for in Rock: A Stylistic Analysis*. New Haven London: Yale University Press.
- Wegerle, Annika (2024): Trap-Hats: 4 Hi-Hat-Verfahren, die alle Trap-Produzent*innen benutzen. Link: <https://blog.landr.com/de/trap-hats-4-hi-hat-verfahren-die-alle-trap-produzentinnen-benutzen/> (15.12.2024).

3 | GESCHICHTEN

»My Invisalign has funny«

Barbara Hornberger



Themen

Stardom, Image, Biografie



Über diese Lerneinheit

Dieses Kapitel führt in die Begriffe ›Star‹ und ›Image‹ ein. Es erklärt, welche kulturellen und gesellschaftlichen Funktionen Stars haben können, und beschäftigt sich mit den verschiedenen Geschichten, die in Popsongs und Musikvideos erzählt werden. Diese Geschichten sind nicht nur Geschichten, die der Star erzählt, sie begründen den Star, weil sie neben dem Privatleben Teil seines Images sind. Am Beispiel von »Bad Guy« und Billie Eilish wird dargestellt, was Stars sind und welche Funktionen sie für populäre Musik und ihre Rezeption haben. Es wird gezeigt, wie Star-Images durch Popsongs hervorgebracht und wie sie mit Bedeutung aufgeladen werden.



Lernziele

Mehrdimensionalität von Popsongs: Ich kann die verschiedenen Dimensionen erkennen, aus denen Popsongs bestehen.

Stardom: Ich verstehe Stars als kommunikative und mediale Konstrukte und erkenne ihre kulturellen Funktionen.

3.1 Einleitung: Songs als Storys

»My Invisalign has funny
 I have taken out my Invisalign
 I have taken out my Invisalign, and this is the album.«
 (»!!!!!!« von Billie Eilish [2019])

Eine Frauenstimme spricht. Eine Frauenstimme lacht. Eine Männerstimme stimmt in das Lachen ein. Der Bildschirm ist gelb, mit Schatten an den Rändern. Ein E-Bass setzt ein. Ein mit einem Sneaker bekleideter Fuß bricht durch die gelbe Papierwand. Eine junge Frau kommt zum Vorschein, sie trägt eine gelbe Hose und einen gelben Hoodie, ihre Haare sind blau gefärbt. Neben ihr wird ein ganz in Schwarz gekleideter Mann sichtbar, er steht in der Haltung eines Türstehers frontal zur Kamera. Die junge Frau nimmt ihre Invisalign-Zahnschiene aus dem Mund und legt sie in seine ausgestreckte Hand. Danach dreht sie ihr Gesicht zur Kamera. Schnitt.

So beginnt das Musikvideo zu Billie Eilishs Song »Bad Guy«. Dieser Beginn setzt verschiedene Geschichten in Gang: Geschichten über Familie, Geschwister und Gemeinschaft, Geschichten über junge Frauen und ältere Männer, Geschichten über Selbstwahrnehmung und Ermächtigung, über Körper und Gefühl. Es wird außerdem die Geschichte der Star-Person Billie Eilish erzählt bzw. fortgesetzt. All diese verschiedenen Geschichten durchmischen und überschneiden sich, sie sind nicht immer linear, oft sogar brüchig und assoziativ, aber sie offerieren für Rezipierende unterschiedliche Anknüpfungspunkte und verschiedene Optionen zur Sinnstiftung und Bedeutungsproduktion (vgl. Fiske 2003).

Popsongs sind Erzählungen, die von einer Stimme bzw. einer Star-Person vorgetragen und verkörpert werden. »Lyrics, to put this another way, let us into songs as stories. All songs are implied narratives. They have a central character, the singer; a character with an attitude, in a situation, talking to someone (if only to herself)« (Frith 1998: 169). Der Star erzählt durch seine Songs und Alben verschiedene Geschichten, zugleich erzählen diese Geschichten aber auch immer von der Star-Person, die sie auf diese Weise implizit auch mit hervorbringen. Dies hängt mit der spezifischen Wahrnehmung des Popstars zusammen: Bei Filmstars oder bei Darsteller*innen und Sänger*innen im Musiktheater (Oper, Musical) wissen wir, dass sie

eine fiktionale und von anderen geschriebene und inszenierte Rolle spielen, bei Klassiksänger*innen wissen wir, dass sie die Interpretation eines meist längst verstorbenen Komponisten interpretieren. Bei Popsänger*innen hingegen wird die Erzählung eines Popsongs häufiger als Selbstaussage oder eigene Erzählung wahrgenommen, die mit der Stimme des Stars und so mit seiner*ihrer Persona verbunden wird: Mit der Stimme »ist ein Song zu identifizieren, ganz unabhängig davon, ob die Worte verstanden werden oder nicht, unabhängig auch davon, ob der Sänger bereits bekannt ist oder nicht, weil es die Stimme ist – nicht der Text – auf die wir unmittelbar reagieren« (Frith 1992: 10). Die Stimme des Sängers oder der Sängerin wird identifiziert mit der Star-Person und mit den Aussagen des Textes. Dies ist die Grundlage einer für Popmusik spezifischen Rezeptionsweise: »Die Menschen idolisieren Sänger nicht, weil sie sie sein wollen, sondern weil es diesen Sängern irgendwie zu gelingen scheint, ihre eigenen Gefühle offenzulegen – es ist, als ob wir uns selbst über die Musik kennenlernten« (Frith 1992: 7).

Popsongs haben also mehrere Erzählebenen: Es gibt eine Erzählung, die durch die Lyrics inhaltlich und durch die Musik emotional und atmosphärisch erzeugt wird. Außerdem wird der Popstar selbst erzählend hergestellt. Um diese Dimension von Popsongs zu analysieren, ist es notwendig zu verstehen, was ein Popstar ist, wie er in Popsongs zur Erscheinung kommt und welche Bedeutungsebenen damit verbunden sind.

3.2 Star und Image

Als Star wird eine durch Medien bekannt oder berühmt gewordene Person bezeichnet, die durch ihr Image charakterisiert ist. Images sind Vorstellungsbilder von Personen, aber auch von Firmen, Waren oder Institutionen, die vor allem medial hergestellt werden und in der Öffentlichkeit zirkulieren. Es sind komplexe Bilder, die sich aus vielen Einzelbildern und Eindrücken zusammensetzen. »Da das jeweilige Image nicht nur vom Gegenstand, sondern auch vom Kontext und von den Einstellungen, Wünschen und Gefühlen der Rezipienten abhängt, ist es bei verschiedenen Rezipienten unterschiedlich stark und wird unterschiedlich bewertet« (Lowry 2003a: 260). Images werden zwar kommunikativ von der Produktionsseite initiiert, aber sie werden erst wirksam, wenn sie von einer größeren Gruppe oder sogar einer Mehrheit

geteilt werden – wenn sich also aus den unterschiedlichen Einzeleindrücken ein relativ konsistentes Gesamtbild ergibt, das wiedererkennbar ist und mit bestimmten Wertungen oder Assoziationen verbunden ist. Dieses Gesamtbild ist sowohl vereinfacht als auch stark verdichtet. Images haben dadurch u.a. die Funktion, Kommunikation zu vereinfachen und Komplexität zu reduzieren, was insbesondere für die Vermarktung von Konsumartikeln von großer Bedeutung ist. Die Konsument*innen kaufen mit dem Produkt nicht nur seine funktionalen Eigenschaften, sondern auch Gefühle und Vorstellungen, insbesondere Vorstellungen darüber, wer und was sie sind, wenn sie dieses Produkt besitzen. Das Ziel von Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit ist darum, für Produkte oder Firmen ein positives Image aufzubauen. Dabei zeigt sich, dass zwischen Image und Wirklichkeit ein gewisses Maß an Übereinstimmung bestehen muss, damit das Image auch langfristig funktioniert: Täuschungen und Verzerrungen können zu Vertrauensverlust und einem schlechten Image führen. Ein Image muss außerdem immer wieder bestätigt werden, um dauerhaft glaubwürdig zu sein.

Images von Stars funktionieren sehr ähnlich wie die Images von Waren: Ein Star-Image bildet sich aus medialen Bildern, Informationen und Eindrücken sowohl über die künstlerischen, sportlichen oder etwa politischen Leistungen des Stars als auch über das Privatleben (bzw. einer veröffentlichten Version davon). Dabei handelt es sich um professionell hergestellte Bilder wie Pressefotos, Videoclips, Albumcover und damit verbundene Geschichten, welche gezielt in Umlauf gebracht werden, um ein positives Image des Stars herzustellen. Hinzu kommen Bilder, die weniger oder nicht gesteuert sind: Schnappschüsse, Papparazzi-Fotos, Fan-Fotos. Und schließlich kommen die Bilder und Storys aus den sozialen Medien hinzu, die eine besondere Nähe zwischen Star und Fans und eine Form von ›Authentizität‹ und ›Privatheit‹ suggerieren. Diese sehr unterschiedlichen Typen von Bildern und die damit verbundenen Geschichten werden von Medien verbreitet, aber auch von Fans geteilt. Sie zirkulieren und legen sich dabei übereinander und existieren nebeneinander, sie verstärken sich, aber sie produzieren auch Widersprüche und Reibungen. Tatsächlich erhöht eine gewisse Widersprüchlichkeit des Stars seine Wirkung und Attraktivität – weil es der eigenen Erfahrung entspricht, dass Menschen Widersprüche, ›Ecken und Kanten‹ haben. Star-Images sind also im idealen Fall sowohl kohärent und dauerhaft als auch in gewissen Grenzen wandelbar.

Weil Stars durch Images definiert sind, sind sie notwendigerweise ein Produkt der Moderne: Erst die Entwicklung von Massenmedien führt zu der Herstellung und Zirkulation von multiplen, vieldeutig interpretierbaren Bildern, denen Stars ihre Existenz verdanken. Historisch wird der Begriff des Stars erstmals im 19. Jahrhundert für besonders beliebte Theater-Darsteller*innen verwendet, von denen Presseberichte, Sammelbilder und Postkarten öffentliche Bilder bereitstellten. Der entscheidende Ort für die Etablierung von Stars für die Unterhaltungsindustrie war schließlich Hollywood. Hier wurden seit den 1910er Jahren erstmals Filmdarsteller*innen bewusst, systematisch und aus ökonomischem Kalkül als Stars konstruiert – von ihnen wurden genau inszenierte Bilder verbreitet, die eine große Übereinstimmung von Filmrolle und veröffentlichtem (und zum Teil frei erfundenem) Privatleben zeigten. In diesem »Starsystem« wurden Stars gezielt als Marketingfaktor eingesetzt, nicht mehr nur in ihren Rollen, sondern als medial bekannte Personen, die für die Filmproduktionsfirmen den Erfolg an den Kinokassen vermehren oder garantieren sollten. Hollywood stand für ein sehr »rigides System zur Produktion artifizieller Images idealer Persönlichkeiten« (Borgstedt 2008: 38), auf das die Darsteller*innen selbst wenig Einfluss hatten. »Da die Hollywood-Schauspieler meist durch siebenjährige Verträge an die Studios gebunden waren, mußten sie die Rollen übernehmen, die ihnen zugeteilt wurden und sich nach Gutdünken des Studios für Werbung und Publizität einsetzen lassen. Dies schloß die Kontrolle über die Gestaltung des Privatlebens ein« (Lowry 2003b: 444). Mit den 1950er Jahren kam dieses System allerdings zu einem Ende. Die Vertragslaufzeiten der Filmschauspieler*innen wurden kürzer, man konnte das Studio wechseln, wodurch die Kontrollmacht der Studios abnahm. Die Künstler*innen gewannen mehr Einfluss auf ihre Images, Rezipient*innen waren an der Zirkulation und Interpretation dieser Images mehr beteiligt. Star-Images etablierten sich nun zunehmend auch jenseits von Hollywood, zum Beispiel in der Musikindustrie oder im noch jungen Fernsehen. Weil die kulturindustrielle Kontrolle zurückging und der Anteil kollektiver Rezeption wuchs, wurden Star-Images dynamischer.

Mit Stars werden also nicht die realen Personen benannt, sondern Stars sind kommunikative Konstrukte. Sie sind das Ergebnis eines Prozesses, in dem die Auftritte der Künstler*innen, die medialen Geschichten über sie und die Erwartungshaltungen und das Kontextwissen der Rezipient*innen zu einem Bild synthetisiert werden, das zwar mit dem Körper und der Stimme

der realen Person verbunden, aber nicht mit ihr identisch ist. Aus der Vielzahl der Bilder und Informationen muss das Star-Image erst realisiert werden, es liegt nicht »an sich« vor. Wenn also im Musikvideo zu »Bad Guy« die junge Frau mit der außergewöhnlichen Haarfarbe im Streetwear-Outfit einen so privaten Vorgang wie das Herausnehmen einer Zahnsperre öffentlich macht und danach herausfordernd in die Kamera blickt, dann erscheint eben nicht die private »historische Person« (Hügel 2007: 150) Billie Eilish, sondern es tritt der Star Billie Eilish auf. Diese Nichtübereinstimmung zwischen Person und Star wird zwar deutlicher, wenn sich der Star von der historischen Person durch einen Künstler*innennamen absetzt – wie es etwa bei Lady Gaga der Fall ist, die als Stefani Joanne Angelina Germanotta geboren wurde, oder bei Bob Dylan, der eigentlich Robert Allen Zimmerman heißt. Im Fall von Billie Eilish Pirate Baird O’Connell ist – ähnlich wie bei Madonna (Ciccone) – ein Teil des realen Namens zum Künstlernamen geworden. Doch auch bei Namensgleichheit sind Star-Person und historische Person nicht identisch miteinander. »Die Dichotomie von »öffentlicher« und »privater« Identität lässt sich daher nicht auflösen, sondern ist im Gegenteil konstitutiver Bestandteil des Starphänomens« (Borgstedt 2008: 53).

Was das Verhältnis in dieser Dichotomie und die Integration privater und biografischer Informationen angeht, sind Star-Images unterschiedlich ausgerichtet. Die Relevanz persönlicher und biografischer Informationen für die Image-Konstruktion und ihre Glaubwürdigkeit ist grundsätzlich bei Popstars deutlich ausgeprägter als bei Filmstars, weil Popsongs, anders als Filme, häufig als persönliche biografische Äußerungen der Sänger*innen gelesen werden. So wurden zum Beispiel die traurigen Songs über Trennungen und Liebesverlust am Ende der Band ABBA immer auch als Einblick in die gescheiterten Beziehungen der beiden Paare verstanden. Eine stark biografische Fundierung des Images findet man häufig bei Stars, die als generationale Rollenvorbilder wirken, wie etwa Kurt Cobain. Dann verbinden sich die biografischen Informationen über den Star mit den Erfahrungen seiner Fans und es kann sich eine generationale Gemeinsamkeit ausbilden (vgl. hierzu das Identität-Kapitel im vorliegenden Buch). Images, die mit einem hohen Teil an biografischen und persönlichen Informationen angereichert sind, werden häufig als besonders »authentisch« wahrgenommen. An diese Stars wird zugleich die Erwartung gestellt, diese Authentizität immer weiter zu beglaubigen, indem sie »sich treu bleiben« und die enge Verbindung mit den Fans oder den Idealen einer Sub-

kultur aufrechterhalten. Ein Gegenmodell dazu sind Star-Images, die mit der Konstruiertheit ihres Stardom explizit und offensiv umgehen. Diese Stars betonen gerade die kulturindustrielle und mediale Inszenierung ihres Images. Weil sie damit zugleich diese sonst oft verdeckten Mechanismen offenlegen, kann hier von einer »Authentizität zweiter Ordnung« (Düllo 2011: 441-469) oder einer »authentic inauthenticity« (Grossberg 1992: 226) gesprochen werden. Solche Stars zeichnen sich häufig durch besonders artifizielle Star-Images (Pet Shop Boys) oder wiederholte Image-Wechsel (Madonna, Lady Gaga) aus. Egal, ob das Star-Image eher biografisch oder artifiziell gestaltet ist: Das Verhältnis von Rezipient*innen zu Stars ist geprägt von einem Wechsel von Nähe und Distanz. Der Star ist durch seine mediale Präsenz und seine Konstruktion gleichzeitig sehr präsent, aber auch unfassbar. Ein Teil der Rezeption, insbesondere bei Fans, besteht darum in dem Bemühen »hinter die Fassade« zu blicken, dem Star näher zu kommen.

Doch auch wenn wir wissen, dass es die private, historische Person hinter dem Star gibt, und es immer wieder Versuche gibt, sich dieser privaten Dimension anzunähern: Diese historische Person steht weder für die mediale Rezeption noch für Analysen zur Verfügung. Sie ist vielmehr wie eine Black Box: Wir wissen, dass es sie gibt, sie ist aber nicht zu fassen. Alle Geschichten, die in Popsongs, in Musikvideos, in Interviews, Podcasts oder Dokumentationen erzählt werden, sind ja bereits öffentliche, medial verbreitete Geschichten, die den Star hervorbringen, nicht die Privatperson. Ausgangspunkt und Gegenstand der Popstar-Analyse ist daher immer das Image: Wie tritt der Star auf? Mit welchen ästhetischen und medialen Mitteln wird das Image hergestellt? Welche musikbezogenen Medien und Ökonomien sind daran beteiligt? Welche Bedeutungspotenziale bietet der Star an und welche werden in der Rezeption realisiert?

Stars erfüllen vielfältige kulturelle Funktionen. Ihre Bedeutung liegt in ihrer Eigenschaft als herausragende Künstler*innen wie in ihrer Sozialisationsfunktion für Individuen und ganze Generationen. Denn zum Star wird erst, wer für einen signifikanten Teil der Rezipient*innen nicht nur positiv wirkt, sondern Themen verkörpert oder kommuniziert, die aktuell und relevant sind. »Relevanz« bedeutet in diesem Kontext, dass sich die Ästhetik von Popsongs und der Auftritt des Stars mit den sozialen Erfahrungen der Rezipient*innen verbinden und sich so Bedeutung produzieren lässt (vgl. Fiske 2003). Stars können als Repräsentationsfiguren solch aktueller und relevan-

ter Themen auftreten, sie können als konkrete Identifikationsfiguren oder Prototypen wirksam werden, die abstrakte Werte und Ideen in verdichteter Form verkörpern und durch ihre Vermittlung für Individuen oder Gruppen erfahrbar machen. »Sie dienen als personalisierte Darstellungen aktueller Fragen und Probleme, insbesondere als Verkörperungen möglicher Formen der persönlichen Identität, der Werte, der Geschlechterrollen sowie politischer, moralischer und religiöser Haltungen« (Lowry 2003b: 442). So können Stars Vorreiter*innen werden für Lebensstile (zum Beispiel in Jugendkulturen) und Träger*innen kultureller Werte; sie repräsentieren Verhaltensstandards und Persönlichkeitsstrukturen, die für Fans, aber auch für Unbeteiligte, eine nicht verbindliche Leitfunktion einnehmen, was Ansehen, Aussehen und Konsum angeht. Stars können auf diese Weise auch zu kulturellen Ikonen werden, wenn bereits ihre äußere Erscheinung repräsentativ für eine Eigenschaft steht – wie etwa Marilyn Monroe für Sexappeal. Stars sind also deutlich mehr als nur Figuren des Marketings, sie haben eine kulturelle und gesellschaftliche Dimension, die bei ihrer Analyse zu berücksichtigen ist (vgl. etwa Identität- und Gender-Kapitel im vorliegenden Buch).

3.3 Geschichten erzählen

»I have taken out my Invisalign, and this is the album.« Dies ist das Erste, was im Video zu »Bad Guy« zu hören ist, weder Gesang noch Musik. Es sind stattdessen Bemerkungen, von denen man sich fragt, ob sie überhaupt zum Song gehören, Bemerkungen, die wie eine zufällige Aufnahme, wie ein Versehen wirken. Tatsächlich sind diese Zeilen ein eigener Track mit dem Titel »!!!!!!« – dieser Titel eröffnet das Debütalbum *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?*, und zwar direkt vor »Bad Guy«. Dieses Opening mag also zufällig erscheinen, doch darin stecken bereits Erzählungen über Billie Eilish und über Themen, die sie als Star repräsentiert.

Zunächst wird auf einer sehr offensichtlichen Ebene etwas gesagt, was Billie Eilish vor allem als private Person kennzeichnet. Was nämlich klingt wie ein privates Gespräch, enthält auch eine private Information: Eilish trägt eine unsichtbare Zahnschiene. Mit dieser Information wird die Jugend der Sängerin betont – als Billie Eilish diesen Song veröffentlicht, ist sie erst 17 Jahre alt. Dieses Motiv Jugend bzw. Kindheit taucht im Video wiederholt auf.

So sind die Bobbycars und Dreiräder, mit denen Billie Eilish und verschiedene Männer eine Straße entlangfahren, offensichtlich Kinder-Fahrzeuge. Wenig später sieht man die Sängerin in einem geblühten Outfit, das an kindliche Spiel- oder Schlafanzüge erinnert, wie sie sich über eine grafische Fläche (gelb-magenta) bewegt; die Bewegungen, die sie dort aufführt – in der Brücke (Spider Walk) oder in der Hocke laufen, sich kugeln, rollen, alle Viere von sich strecken – sind ebenfalls Bewegungen, die an kindliches Spiel erinnern, und sei es nur, weil sie alle auf dem Boden stattfinden. Statt der in Popvideos üblichen sexualisiert-weiblichen Dance Moves sieht man also spielerische, kindliche Bewegungen. Dazu passen unbekümmerte Springbewegungen oder dass Billie Eilish uns die Zunge herausstreckt. Und auch die wunden Knie, die man zur Songzeile »Bruises on both my knees for you« unter dem Saum weißer Bermudashorts sehen kann, erinnern an aufgeschlagene Kinder-Knie. Die Inszenierung der Star-Person Billie Eilish greift also in mehrfacher Hinsicht das Alter der Künstlerin auf und beglaubigt so das Image der außergewöhnlich jungen Newcomerin.

Die ersten gesprochenen Zeilen wirken aber nicht nur durch den Verweis auf das Alter privat – sondern auch, weil hier mit ihrem Bruder Finneas Baird O'Connell ein Familienmitglied angesprochen wird und mitlacht. Der Bruder, der das Album mitgeschrieben und mitproduziert hat, taucht hier also in stimmlicher Präsenz persönlich auf, die Zusammenarbeit und die enge und vertraute Verbindung der Geschwister wird über das vertraute Kichern markiert.

Die Erzählung der engen künstlerischen und persönlichen Verbindung von Billie Eilish und ihrem Bruder Finneas O'Connell setzt sich weit über diesen Anfang des Videos hinaus fort. Beide geben immer wieder Konzerte auch nur zu zweit, sie treten gemeinsam in Interviews auf und erscheinen zusammen auf Preisverleihungen, um Ehrungen entgegenzunehmen. So sind sie zweimal zusammen bei den Academy Awards aufgetreten, als sie 2022 und 2024 jeweils den Oscar für den besten Song (»No Time to Die« für den gleichnamigen *James Bond*-Film und »What was I made for« für den Film *Barbie*) gewannen. Die Bühnenauftritte zeigen stets eine große Wertschätzung zwischen den Geschwistern, man sieht viel Kommunikation und Freundlichkeit. Viele Performances enden damit, dass Finneas, der ebenfalls auf der Bühne steht, seiner Schwester applaudiert. Dies wirkt liebevoll und angesichts seines erheblichen Anteils am gemeinsamen Erfolg auch großzügig, er lässt

der Schwester generös den Vortritt. Wer aber über Billie Eilish weiß, dass sie nach eigener Aussage auch Probleme mit Depressionen und Panikattacken hat, erkennt in diesen Gesten auch Fürsorge und Ermutigung.

Das Wissen über depressive Phasen der Künstlerin können Rezipient*innen haben, weil Billie Eilish und ihr Bruder im Umgang mit persönlichen Themen eine große Offenheit zeigen – sie erzählen die Geschichte ihrer Biografie selbst und gewähren den Fans dadurch Einblicke in ihr Leben (so erfährt man z.B. auch, dass die Eltern gemeinsam mit ihren Kindern auf Tour gehen). Sie stellen also ständig eine Form von veröffentlichter Privatheit her. Indem die enge Beziehung zum Bruder Finneas in den Auftritten auf der Bühne, in Interviews und in den sozialen Medien immer wieder sichtbar wird, verbindet sich das Star-Image von Billie Eilish mit der historischen Person der Künstlerin. Ihr biografisch grundiertes Image wird auf diese Weise beglaubigt – man könnte hier auch von einer Authentifizierung sprechen. Billie Eilish erzählt ihre eigene Geschichte, womit sie das Öffentliche ihres Images mit privaten Erzählungen unterstreicht. Die Star-Biografie ist bereits »in sich narrativ und besteht in der öffentlichen Konstruktion glaubwürdiger Privatheit. Sie bezieht sich auf die Präsenz im Rampenlicht und will uns zugleich ›hinter die Kulissen‹, ›unter die Oberfläche‹ und ›jenseits des Images‹ führen« (Borgstedt 2008: 59).

Billie Eilish und Finneas O'Connell sind nicht nur großzügig mit Informationen zu ihrem Leben, sondern geben auch umfangreich Auskunft zu ihrer gemeinsamen Arbeit. In zahlreichen Videos und Interviews erklären sie offen und detailliert, wie ihre Songs entstehen, wie sie arbeiten, welche Schwierigkeiten es beim gemeinsamen Arbeiten gibt. Sie dokumentieren ihre Arbeitsprozesse und veröffentlichen sie. Und sie berichten, wie Elemente aus ihrem persönlichen Leben ihren Weg in den Song finden. In »Bad Guy« ist dies zum Beispiel ein Sample, das die Geschwister in Australien aufnahmen, wie Billie Eilish erzählt: »My mum and I went for a walk in Sydney. We were like across the street from the hotel and the crosswalk is this little – you press it and it's like ›doop, doop‹. And I was like, ›That's hard!‹ That's the sound that it makes when you have to wait« (zitiert nach Henriques-Gomes 2020). Die Fußgängerampel hat ein akustisches Signal für Sehbehinderte, das Billie Eilish mit ihrem Telefon aufnahm. Ihr Bruder bearbeitete das Sample und fügte es als Rhythmus bzw. Sound in den Chorus von »Bad Guy« ein. Was dort wie eine Hi-Hat klingt, ist also tatsächlich der Sound dieser Fußgänger-

ampel. Die biografische Dimension dieses Sounds wird von Finneas O'Connell explizit durch eine weitere private Geschichte betont: »The hilarious part about all this is we were just in Australia in May and my dad goes, ›Have you heard these crosswalks?‹ And I was like, ›Yeah, it's the chorus in Bad Guy.‹ And he goes, ›What?‹ I was like, ›Yeah... never mind man« (zitiert nach Henriques-Gomes 2020).

Das Sample erzählt allerdings nicht nur die Geschichte einer privaten Reise, die über den Ampel-Sound in den Song kommt, es erzählt auch eine Geschichte von DIY (»Do It Yourself«) und dem Prinzip der »bedroom productions« (vgl. Musikwirtschaft-Kapitel im vorliegenden Buch): Billie Eilish und Finneas O'Connell produzieren ihre ersten Songs und auch dieses erste Album in ihrem Elternhaus. »Bad Guy« schließt hier an vorherige Songs wie »Ocean Eyes« an. Die Geschwister wurden von den Eltern, die beide Schauspieler sind, im Homeschooling unterrichtet und begannen schon früh, gemeinsam Musik zu schreiben und aufzunehmen. Die Geschichte von einer engen und liebevollen Geschwisterbeziehung und einer kreativitätsfördernden Umgebung ist also zugleich auch die Geschichte einer Unabhängigkeit von der Musikindustrie. Billie Eilish ist ein Gegenmodell zu den kulturindustriell aufgebauten Teenie-Stars, die im Umfeld von Disneys Mickey Mouse Club (z.B. Britney Spears,), TV-Serien (z.B. Miley Cyrus) oder Casting Shows (z.B. Justin Timberlake, Harry Styles) groß geworden sind. Der Star Billie Eilish ist dezidiert imperfekt und unangepasst. Selbst wenn man die Invisalign als Zeichen für ein Anstreben normschöner Zahnstellungen interpretiert: Das öffentliche Herausnehmen bricht mit der Konvention, dass weibliche Schönheit einfach zur Verfügung steht und die diversen Techniken zur Herstellung von Attraktivität verborgen bleiben. Billie Eilish verweigert die in der Popbranche üblichen sexualisierten Weiblichkeitsinszenierungen. Im Video sieht man sie mit gelangweiltem Gesichtsausdruck, mit halbgeschlossenen Augen, mit blutropfender Nase und trotzigem Blick. Das für junge Popstars obligatorische Lächeln hingegen fehlt. Billie Eilish ist kein »All-American Girl«, sondern eher ein »make your mama sad type«. Dazu passen die Outfits aus dem Video, aber auch von Bühnenauftritten oder Interviews: weite, leger Kleidung, oft aus dem Bereich Sportswear oder Streetwear. Billie Eilish setzt so explizit einen Kontrapunkt zu anderen weiblichen Teenager-Stars und wird damit auch ein Symbol für Body Positivity. Dass sie im Juni 2021 auf dem Cover und auf den Seiten der britischen Vogue in Korsetts posiert,

ist dazu kein Widerspruch, denn sie verbindet diese Fotos mit Aussagen zu Selbstbestimmtheit und Selbstermächtigung: »It's all about what makes you feel good« (zitiert nach Snapes 2021).

Die Anforderungen an weibliche, aber auch männliche Rollenbilder sind implizit auch Thema im Song: Billie Eilish macht sich einerseits über Männer lustig, die sich als harte Typen inszenieren, im Video wird das bildlich unterstrichen durch eine Reihe von Männern mit Bauch, den diese wenig überzeugend zu kaschieren versuchen, indem sie die Brust herausdrücken. Andererseits nimmt Billie Eilish als weibliche Stimme des lyrischen Ich selbst, zumindest potenziell, für sich in Anspruch, der »Bad Guy« zu sein. Das Spiel mit Geschlechterrollen, Machtverhältnissen und Konventionen mündet im Schlussteil des Videos in eine Szene, in der Billie Eilish in einem halbdunklen und rot ausgeleuchteten Raum im Schneidersitz auf dem nackten Oberkörper eines Mannes sitzt, der Liegestütze macht. Die hier erzählte Geschichte ist eine der Verwirrung. Sie spielt mit tradierten Geschlechterrollen und mit Machtverhältnissen: Die junge Frau nimmt hier keine unterlegene oder abhängige Position ein, sondern dominiert den Mann. Wer hier also wirklich ein »really rough guy« und wer ein »bad guy« ist und ob irgendetwas davon überhaupt der Realität entspricht, bleibt offen und Teil des Spiels.

3.4 Schluss

In, über und mit »Bad Guy« werden verschiedene Geschichten erzählt: Es sind Geschichten über geschwisterlichen Zusammenhalt und kreative Kollaboration, über DIY und Musikbusiness, über weibliches Jungsein, Erwachsenwerden und über Geschlechterverhältnisse. In all diesen Geschichten wird außerdem das Image der Star-Person Billie Eilish entwickelt. Stars haben eine kulturelle und gesellschaftliche Funktion, indem sie relevante Themen repräsentieren und moralische oder politische Werte verkörpern. So können sie zu unverbindlichen Leitbildern werden. Die Star-Images bilden sich aus den verschiedenen Informationen, Bildern und Eindrücken über den Star, sie umfassen sowohl seine künstlerische Leistung als auch sein Privatleben. Im Fall von Billie Eilish bedeutet das, dass der Song und ihr öffentliches Auftreten eng miteinander korrelieren und sich gegenseitig beglaubigen. Die Geschichte ihrer veröffentlichten Biografie findet immer wie-

der Verknüpfungen zu ihrer Musik. In Song und Video zu »Bad Guy« kommen ebenso wie in Interviews die künstlerische und persönliche Eigenständigkeit bzw. Eigenwilligkeit von Billie Eilish zum Ausdruck und zwar hinsichtlich der ökonomischen Ebene genauso wie in Bezug auf die persönlichen und gesellschaftspolitischen Haltungen des Stars.

Weiterführende Aufgabenstellung



- Wählen Sie zwei Popstars mit unterschiedlichen Image-Konstruktionen (z.B. einen Star mit einem artifiziellen Image wie Madonna oder Lady Gaga und einen Star mit einem biografischen Image wie Kurt Cobain oder Adele) und analysieren Sie diese Images im Laufe der Karriere. Untersuchen Sie, welche Anteile Star, Medien und Fans daran haben.
- Analysieren Sie einen Popstar mit einem Imagewechsel, z.B. Michael Jackson, George Michael oder Miley Cyrus. Untersuchen Sie, wie dieser Imagewechsel durch den Star (mit Song, Videoclip, Auftritt, Interviews) eingeleitet wurde:
 - Michael Jackson: »Billie Jean« beim 25-jährigen Jubiläum von Motown Records (1983): <https://www.youtube.com/watch?v=7NKCxe1zo-A>
 - George Michael: »Freedom! '90« (1990): <https://www.youtube.com/watch?v=diYAc7gB-0A>
 - Miley Cyrus: »Wrecking Ball« (2013): <https://www.youtube.com/watch?v=My2FRPA3Gf8>
- Untersuchen Sie Song und Video von Amy Winehouse' »Rehab« (2006): <https://www.youtube.com/watch?v=KUmZp8pR1uc>. Analysieren Sie, wie der Song beim Erscheinen das Image von Amy Winehouse geprägt hat und wie er im Wissen ihres Drogentodes wahrgenommen wird.

Songs



- Beyoncé: »Formation« (2016): https://www.youtube.com/watch?v=WDZJPJV__bQ
- Harry Styles: »Music for a Sushi Restaurant« (2022): https://www.youtube.com/watch?v=CiwMDFh_Rog
- Bilderbuch: »Sneakers4free«, in: ZDF Neo Magazin Royale in Concert (2017): <https://www.youtube.com/watch?v=Tz1pudZTdKg>



Lektüreempfehlungen

Borgstedt, Silke (2008): *Der Musik-Star: Vergleichende Imageanalysen von Alfred Brendel, Stefanie Hertel und Robbie Williams*. Bielefeld: transcript.

- » Während es eine ganze Reihe von Büchern zu Filmstars gibt, ist der Musikstar erstaunlicherweise in der Forschung noch nicht so oft ausführlich behandelt worden. Mit der Monografie von Silke Borgstedt liegt ein Buch vor, das erstens eine sehr gute und ausführliche Einführung in die Begriffe ›Star‹ und ›Image‹ gibt, zweitens deutlich macht, worin sich Musikstars von Filmstars unterscheiden, und drittens Musikstars aus unterschiedlichen Genres von Klassik über Volksmusik bis Pop eingehend analysiert.

Keazor, Henry und Wübbena, Thorsten (1997): *Video thrills the Radio Star: Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*. Bielefeld: transcript.

- » Das Buch ist ein fundierter und sehr materialreicher Band zum Thema Musikvideo. Für Popstars ist das Auftreten in Videos – ob in klassischen Musikvideos zu einzelnen Songs oder in Social Media Videos – ein zentraler Moment der Imagegestaltung. Das Buch zeigt, wie virtuos und vielfältig in Musikvideos nicht nur die Songs mit Bildern begleitet, sondern auch mit anderen kulturellen und gesellschaftlichen Kontexten verbunden werden. Zahlreiche Beispielanalysen zeigen, wie reichhaltig und analytisch lohnend der Gegenstand Musikvideo ist. Die dritte Auflage (2011) ist online verfügbar: <https://doi.org/10.14361/transcript.9783839407288>.

Helms, Dietrich und Phleps, Thomas (Hg., 2013): *Ware Inszenierungen: Performance, Vermarktung und Authentizität in der populären Musik*. Bielefeld: transcript.

- » Der Sammelband bietet eine ganze Reihe von Texten zum Thema Inszenierung in der populären Kultur und Musik. Zwei Grundsatzartikel von Ralf von Appen und Christoph Jacke leuchten vor allem den im Zusammenhang mit Stardom häufig genutzten Begriff der ›Authentizität‹ aus und geben einen Überblick über die Definitionen des Begriffs sowie seine Komplexität. Weitere Artikel zu Einzelphänomenen und Querschnittsthemen runden den Band ab. Das Buch ist online verfügbar unter http://wp.popularmusikforschung.de/?page_id=3490.

Literatur

- Borgstedt, Silke (2008): *Der Musik-Star: Vergleichende Imageanalysen von Alfred Brendel, Stefanie Hertel und Robbie Williams*. Bielefeld: transcript.
- Düllo, Thomas (2011): *Kultur als Transformation: Eine Kulturwissenschaft des Performativen und des Crossover*. Bielefeld: transcript.
- Fiske, John (2003): Popularkultur verstehen. In: John Fiske: *Lesarten des Populären*. Übersetzt von Christina Lutter, Markus Reisenleitner und Stefan Erdei. Wien: Löcker. S. 15-24.
- Frith, Simon (1992): Zur Ästhetik der Populären Musik. In: *PopScriptum 01 – Begriffe und Konzepte*. Berlin: Humboldt-Universität. DOI: <https://doi.org/10.18452/20154>.
- Frith, Simon (1998): *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Grossberg, Lawrence (1992): *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*. London und New York: Routledge.
- Henriques-Gomez, Luke (2020): The familiar Sydney sound spliced into Billie Eilish's Bad Guy. In: *The Guardian*, 28. Januar. Link: <https://www.theguardian.com/music/2020/jan/28/billie-eilishs-grammy-award-winning-bad-guy-samples-australian-pedestrian-crossing> (02.03.2025).
- Hügel, Hans-Otto (2007): »Weißt Du, wie viel Sternlein stehen«? Zu Begriff, Funktion und Geschichte des Stars. In: *Lob des Mainstreams. Zu Begriff und Geschichte von Unterhaltung und Populärer Kultur*. Hg. von Hans-Otto Hügel. Köln: Herbert von Halem. S. 148-168.
- Lowry, Stephen (2003a): Image. In: *Handbuch Populäre Kultur*. Hg. von Hans-Otto Hügel. Stuttgart: Metzler. S. 259-262.
- Lowry, Stephen (2003b): Star. In: *Handbuch Populäre Kultur*. Hg. von Hans-Otto Hügel. Stuttgart: Metzler. S. 441-445.
- Snapes, Laura (2021): »It's All About What makes You Feel Good«: Billie Eilish On New Music, Power Dynamics, And Her Internet-Breaking Transformation. In: *British Vogue* 6/2021. Link: <https://www.vogue.co.uk/news/article/billie-eilish-vogue-interview> (10.12.2024).

4 | PERFORMANCE

»Own me, I'll let you play the role«

Magdalena Fürnkranz



Themen

Inszenierung, Performance-Analyse, Liveness, Persona



Über diese Lerneinheit

Dieser Beitrag geht den Fragen nach, was die Musikperformance eines Popstars auszeichnet. In welcher Form werden künstlerische Identitäten zwischen Publikum und Stars verhandelt? Welche Funktion hat die Pop Persona auf der Bühne oder in Musikvideoclips? Die vielfältige Konstruktion der Pop Persona wird in Verbindung mit Überlegungen zu Inszenierung und Liveness in den Mittelpunkt der Untersuchung gestellt.



Lernziele

Verständnis von Pop Personae: Ich entwickle ein Verständnis von Pop Personae und Stardom als mehrdimensionalem Konstrukt, das Aspekte von Inszenierung, Liveness und Identität umfasst.

Analyse von Musikvideos: Ich lerne, verschiedene Bedeutungsebenen in Musikvideos zu verstehen und zu analysieren, wie sich visuelle Inszenierungen und performative Handlungen – verknüpft mit Bildsymbolen, Texten und Sounds – auf die Konstitution einer Pop Persona auswirken können.

4.1 Einleitung

Spätestens seit der Gründung von MTV am 1. August 1981 sind Aspekte von Performance untrennbar mit der Wahrnehmung von populärer Musik verbunden, wiewohl die Inszenierung von Bühnenfiguren, sogenannten Pop Personae, und Live-Performances bereits in der Arbeit von Musikschaaffenden wie David Bowie, Grace Jones oder Cher ab den späten 1960er Jahren große Relevanz aufweist. Das Konstrukt Persona als fluides Konzept in kulturellen Kontexten zeigt seine Wandlungsfähigkeit nirgendwo deutlicher als durch die Integration in populäre Musikkulturen. An der Persona hängen Vorstellungen von künstlerischer Identität, Körperlichkeit, aber auch von Sound. Sie sind für persönliche und auch für gesellschaftliche Musikerfahrungen von zentraler Bedeutung und darum wesentlich für die Interpretation von Songs oder Musikvideos.

Gleichzeitig wird die Wahrnehmung der Identität von Popkünstler*innen durch die Besonderheiten von Musikaufnahmen und -aufführungen geprägt, da deren Ästhetik eine Vielzahl von Erzählungen über Geschlecht, Sexualität, Ethnizität, Alter, Klasse (vgl. Identität-Kapitel im vorliegenden Buch) aktiviert. Die öffentliche Performance von Popkünstler*innen zeichnet sich wiederum durch Narrative aus, die diese Personae über sich selbst erzählen, aber auch die von anderen über sie erzählt werden. Sie kann somit als Teil einer Strategie von Selbstinszenierung gelesen werden.

Dieser Beitrag soll einen Überblick darüber geben, wie die Performance und damit das Erscheinen der Pop Persona in der Erforschung populärmusikalischer Phänomene angewandt wird. Im Gegensatz zu Performance-Diskursen, in denen Musik als Performance im Zentrum steht, stelle ich in Anlehnung an Auslander (2009) einen Ansatz vor, der die Musiker*innen als Performer*innen ins Zentrum rückt. Ich werde jene Parameter erforschen, die Popmusiker*innen als mediale Phänomene, deren performatives Potenzial über die Aufführung von Musik hinausgeht, definieren. In weiterer Folge werde ich eruieren, wie die Performance von Pop Personae sich in einer Vielzahl von unterschiedlichen, sich teilweise überschneidenden Räumen artikulieren kann. Konkret konzentriert sich der Beitrag auf folgende Fragen:

- Was führen Popstars eigentlich auf?
- Was gehört alles zu einer Musikperformance eines Popstars?

- Wie werden künstlerische Identitäten zwischen Publikum und Stars verhandelt?

Billie Eilishs »Bad Guy« bietet sich für die Diskussion dieser Fragen hervorragend an, denn die Popularität des Musikvideos ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass die Verbindung von Sound, Lyrics und visuellen Komponenten, sei es im Musikvideo oder in der Live-Performance, eine Vielzahl von Identifikationsmöglichkeiten für das Publikum bietet. Nach einer theoretischen Einführung in die Begrifflichkeiten »Inszenierung«, »Liveness« und »Persona«, die für die Analyse von Popsongs und Musikvideoclips wesentlich sind, soll die Performance konkret im Musikvideo und in einer Live-Performance von »Bad Guy« untersucht und im Sinne eines transmedialen Ansatzes verglichen werden.

4.2 Was bedeutet Inszenierung?

Inszenierung gilt als ein Prozess von Handlungen, die vorwiegend vor einem und für ein Publikum ausgeführt werden. Inszenierung kann als komplexer und vielschichtiger Begriff gelesen werden, der gegenwärtig breitgefächert angewandt und dadurch charakterisiert wird, dass er keine genaue Grenzziehung zulässt. Eine die deutschsprachige Theaterwissenschaft dominierende Definition prägte Erika Fischer-Lichte in ihrer Ästhetik des Performativen. Sie beschreibt die Inszenierung als konzeptuelle Planung, die jeder Aufführung zwingend vorausgehen muss: »Es sollte daher in diesem Zusammenhang strikt zwischen den Begriffen Inszenierung und Aufführung unterschieden werden. Der Begriff »Inszenierung« umfasst einen Plan, eine Konzeption, die ein Künstler oder mehrere gemeinsam erarbeiten und im Probenprozess in der Regel ständig verändern« (Fischer-Lichte 2004: 81-82). Sie ergänzt: »Es sind erst die Wahrnehmung der Zuschauer und deren Reaktion auf das Wahrgenommene, welche die Aufführung entstehen lassen. Das, was im Prozess der Inszenierung geplant und festgelegt ist, wird sich daher keineswegs allabendlich genau gleich wiederholen« (Fischer-Lichte 2005: 148). Folglich wird die leibliche Kopräsenz von Zuschauer*innen und Akteur*innen im gemeinsamen Raum zum entscheidenden Element der Aufführung.

Überträgt man Fischer-Lichtes Ausführungen auf musikalische Performances, wird der Begriff ›Inszenierung‹ laut Martin Seel erst dann schlagend, »wenn ihre Aufführung mit einer für ihren Charakter als Musik relevanten szenischen Bewegung verbunden ist — wie es in der populären Musik fast immer, in der Avantgarde-Musik nicht selten der Fall ist« (Seel 2007: 79). Ralf von Appen verweist darauf, dass auf Konzerten »die Aufstellung und der Bewegungsradius der Musiker auf der Bühne weniger Teil einer visuellen Inszenierung als vorrangig der notwendigen Funktionalität geschuldet sein [können], dass sie sich untereinander sehen, hören und verständigen müssen« (von Appen 2013: 49). Requisiten, Kostüme und technisches Equipment werden demnach als Teil der Bühnenhandlung betrachtet, die durch die Konventionen des jeweiligen Genres definiert wird. Insbesondere der Bruch mit diesen Konventionen, wie der Verzicht auf das Verbeugen beim Schlussapplaus, oder Publikumsanimation, wie das Einladen von Personen auf die Bühne, kann daher als »bewusste Inszenierungen intendiert« (von Appen 2013: 50) werden.

4.3 Inszenierung weitergedacht: Liveness

Die besonderen Qualitäten der Erfahrung und des Erlebens von Pop-Aufführungen soll der Begriff ›Liveness‹ zusammenfassen. Eine Situation, in der Liveness performativ erzeugt wird und somit wahrgenommen werden kann, zeichnet sich durch die Ko-Präsenz von Musiker*innen und Publikum aus. Es werden musikalische Klänge erzeugt, die visuell und kinetisch nachvollziehbar sind. Dies bietet Möglichkeiten der Interaktion und Gemeinschaftsbildung zwischen Akteur*innen und Publikum und kann sich durch wahrgenommene Spontaneität, Virtuosität der Musikschaftenden und somit auch durch den Eindruck von Authentizität auszeichnen (vgl. Auslander 2012: 16).

Medienhistorisch erlangte das Prinzip Liveness erst durch die Etablierung des Tonträgers Relevanz. Philip Auslander (2012: 102) erwähnt, dass das Radio das erste Medium war, das die Grenzen zwischen Aufzeichnung und Live-Musik durchlässig erschienen ließ, da die gespielte Musik meist voraufgezeichnet wurde, die Kommentare der Moderator*innen jedoch live waren. Außerdem konnten die Zuhörer*innen die Quelle der Musik nicht sehen, was bedeutete, dass sie nicht eindeutig unterscheiden konnten, ob es sich um eine Live-Performance oder um eine Aufzeichnung handelte.

Dies führt zur Frage, wie der Aspekt Liveness betrachtet werden kann, wenn sich Publikum und Akteur*innen nicht im selben Raum befinden. Was passiert also, wenn »performers and audience are temporally co-present, in that the audience witnesses the performance as it happens, but they are not spatially co-present« (Auslander 2012: 5)? Diese Überlegung betrifft Aufnahmen von Konzerten und anderen Formen von Live-Auftritten von Musiker*innen. In diesen Formaten besteht weder eine zeitliche noch eine räumliche Verbindung zwischen Publikum und Darsteller*innen. Somit kann das Korrigieren von vermeintlichen Authentizitätsfaktoren wie beispielsweise Versprechern bei der Konversation oder Nachbearbeitung von Sound und Bild zu Störungen in der Wahrnehmung von Liveness-Kategorien führen, denn die Ebene der gemeinsamen oder eben individuellen Erfahrung ist nicht existent. Liveness als gemeinsames Erlebnis kann beispielsweise durch die Kommentarfunktion auf Streaming-Plattformen wie YouTube, aber auch durch den Austausch unter Postings von Popstars auf Social Media-Plattformen wie TikTok oder Instagram stattfinden.

4.4 Was definiert denn nun die Pop Persona?

Philip Auslanders Ausgangspunkt für die Definition der musikalischen Persona basiert auf Simon Friths Beobachtung, dass wir Popsänger*innen als »persönlich ausdrucksstark« (Frith 1998) hören, als Persönlichkeiten, die aus ihrer eigenen Erfahrung heraus singen. Zu der beschriebenen Ebene kommen zwei weitere hinzu, da populäre Musiker*innen Frith (1998) zufolge in einen Prozess des »double enactment« involviert sind. Sie verkörpern nach Frith gleich zwei performative Dimensionen: »star personality« und »song personality« (Frith 1998). Philip Auslander systematisiert und erweitert Friths Darstellung und unterscheidet drei Ebenen: »the real person (the performer as human being), the performance persona (the performer as social being) and the character (what Frith calls »song personality«)« (Auslander 2009: 305). Dabei betrachtet er die Instanz der »performance persona (the performer as social being)« (Auslander 2009: 305) als grundlegend für die Untersuchung von Performances im Kontext populärer Musik. Diese dreiteilige Gliederung umfasst die verschiedenen Elemente dessen, was wir letztlich als »Star« wahrnehmen.

Schwierigkeiten bereitet in der kulturwissenschaftlichen Auseinandersetzung jedoch die Annahme, dass der ›Performer‹ als private Person zu lesen sei. So argumentiert Sandra Danielczyk völlig zu Recht: »Mit der Prämisse [...], dass allein das Image das ist, was greifbar und analysierbar ist, kann kein Konzept der ›real identity‹ einhergehen, und sei der Begriff noch so deutlich in Anführungszeichen gesetzt« (Danielczyk 2017: 57). Der ›Performer‹ ist eher als Konstrukt zu begreifen, das von gesellschaftlichen Erwartungen und sozialen Rollen bestimmt ist, wobei die persönliche situative Perspektive der forschenden Personen eine nicht unbeachtliche Rolle spielt. Die Bedeutung von ›Performer‹ als theoretisches Konstrukt für die Analyse beschreibt Stephen Lowry folgendermaßen: »Was dabei mit ›realer‹ Person gemeint ist, bleibt oft unklar. Der Star, mit dem die Zuschauer und Fans interagieren, ist immer ein Konstrukt, das auf den in den Medien verbreiteten Informationen und Zeichen aufbaut. Insofern kann man bei der Untersuchung von Stars Fragen nach der wirklichen Person vernachlässigen bzw. das Konstrukt ›wirkliche Person‹ als Teil der Imagebildung betrachten« (Lowry 1997: 16). Hans-Otto Hügel verweist darauf, dass die gemeinsame und gleichzeitige Rezeption von Werk und Image den »Star« konstituiert, wobei das Image als »integraler Bestandteil des Werkes, wie umgekehrt das Werk nicht ohne das Image wahrgenommen werden kann« (Hügel 2004: 66). Die Frage, wie »the real person« in der Analyse von Persona auf der Bühne, in Musikvideoclips, in den sozialen Medien, aber auch in der Popkritik und in der Erforschung von populärer Musik zu fassen sei, bleibt bis dato unbeantwortet.

Wiewohl Auslanders Modell der drei Ebenen einer Persona einen hinlänglichen Ausgangspunkt für die Erforschung des Popstars Billie Eilish und ihrer Performance in dem Video »Bad Guy« bildet, wird die Ebene der ›Real Person‹ im Rahmen der Untersuchung aus den genannten Gründen ausgeblendet. Insbesondere im Kontext von musikalischen Performances erscheint es problematisch, eine Bühnenpersona als ›real‹ zu bezeichnen, zumal diese Entität einem Vorstellungsbild geprägt von sozialen Rollen und Erwartungen entspricht, das dem Publikum wiederum ermöglicht, bestimmte mit Musiker*innen assoziierte Aspekte von Authentizität zu reproduzieren (vgl. von Appen 2013).

4.5 Billie Eilishs Performance im Musikvideo »Bad Guy«

Das offizielle Video beginnt vor einer gelben Leinwand, Billie Eilish spricht darüber, dass sie ihre Invisalign-Zahnschiene herausnimmt und dass dies nun das Album sei, dann lacht sie. Bereits vor dem Einsetzen der Musik wird so auf die Präsenz der Performance Persona Eilish hingewiesen – und zwar zunächst nur akustisch. Die erwähnte Tonspur ist dem Eröffnungstrack »!!!!!!« von dem Album *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* (2019) entnommen. Während die Musik einsetzt, kickt ein gelber Schuh durch die gelbe Leinwand. Eilish tritt, bekleidet mit einem gelben Hoodie, einer gelben Jogginghose und einer Goldkette, durch eine Papierwand und übergibt ihre Zahnsperre an einen schwarz gekleideten Mann, der an einen Security-Mann erinnert. Während Eilish die Textzeile »White shirt now red, my bloody nose« zu singen beginnt, sehen wir sie in eine weiße Bluse gekleidet mit blutender Nase. Sie sieht frontal in die Kamera, somit findet eine direkte Interaktion zwischen Eilish und dem Publikum statt, die durch Blickkontakt gekennzeichnet ist. Die Kameraeinstellung setzt Eilishs Position mit der des Publikums gleich. Diese Einstellung erlaubt es den Zuseher*innen, die Persona zu identifizieren. Billie Eilish ist mittig platziert und erhält maximale Auffälligkeit, sie wird als Protagonistin im Video hervorgehoben. Ähnlich verhält sich das technische Setting bei der folgenden Textzeile »[...] you're on your tippy toes/Creepin' around like no one knows«. Die in einen gelben, weiten Jogginganzug gekleidete Persona führt schleichende Bewegungen vor dem gelben Hintergrund aus. Die Kameraeinstellung Long Shot, respektive Totale, eine Einstellungsgröße, welche den kompletten Handlungsraum der Persona zeigt, erlaubt es dem Publikum, die ausgeführten Bewegungen zu beobachten. Die gelbe Einheit zwischen dem Outfit und dem Hintergrund lässt die Performance Persona kurzzeitig mit dem Bild verschmelzen, Eilishs bläulich gefärbte Haare sowie ihre zentrale Platzierung lenken die Aufmerksamkeit dennoch auf die Persona. In einer weiteren Sequenz visualisieren die aufgeschlagenen Knie die Textzeile »Bruises on both my knees for you«, während Blutropfen Eilishs weiße Socken und Sandaletten verunreinigen. Bereits in den ersten Sequenzen des Musikvideos ist ein roter Faden im Performancekonzept zu erkennen. Eilishs Ästhetik zeichnet sich durch bunt gefärbtes Haar und einen weiten Kleidungsstil aus, oft ergänzt mit Accessoires wie Choker- oder Nieten-Halsketten. Sie wirkt distanziert, kann je-

doch durch die Kameraeinstellungen und den direkten Blick in die Kamera eine Verbindung zu den Zuseher*innen aufbauen. In einem Interview spricht Eilish davon, ihre Musik für sich selbst sprechen zu lassen und die Kunst für Interpretationen offen zu halten: »One of my favourite parts about making music is that people take it in the way that they take it, and I have no control over that« (Eilish zitiert nach Stavropoulos 2020). Dieser offene Interpretationsspielraum für die Rezipient*innen ist auch in Eilishs visueller Performance erkennbar. Der Song Character respektive die Lyrics werden durch die Handlungen im Besonderen und die visuelle Dimension der Persona im Allgemeinen veranschaulicht, die Kamera erlaubt es den Rezipient*innen, Eilish als handelndes Subjekt zu identifizieren.

Der folgende Teil des Videos beginnt mit »So you're a tough guy/Like it really rough guy«, visuell begleitet von einer schwarz gekleideten, vor in bunten Shirts gehüllten Männerbäuchen sitzenden Eilish. Sie rollt bei der Songzeile »Just can't get enough guy« mit den Augen und kommentiert somit mimisch den männlichen Habitus. Die Männer mittleren Alters bewegen die Bäuche, ziehen bei »Chest always so puffed guy« die Bäuche ein, akustisch ist ein Atem-Geräusch im Track zu hören. »I'm that bad type/Make your mama sad type« wird von einer im roten Kinder-Elektro-Auto sitzenden Eilish, umgeben von jungen Männern auf Dreirädern illustriert. Das Machtverhältnis zwischen der Musikerin im elektrisch betriebenen, dominanteren Fahrzeug im Gegensatz zu den kindlich anmutenden Dreirädern ist markant. In diesen Sequenzen findet Ironie Eingang in Eilishs Performancekonzept. Die relativ unbeteiligte Mimik der Performance Persona wird durch ein kurzes Grinsen oder Rollen mit den Augen durchbrochen. Während Eilish in sicherer Distanz von den sich bewegenden Männerbäuchen entfernt sitzt, wird sie zur Leaderin der Elektro-Auto- und Dreiradgang, deren Mitglieder jüngere Männer sind. Der Altersunterschied zwischen den unterschiedlichen männlichen Statisten kann als Statusspiel zwischen Alter und (männlichem) Geschlecht interpretiert werden. Während sich die Performance Persona als Teil der Gruppe bestehend aus jüngeren Männern identifiziert, nimmt sie Abstand von der Generation Boomer (vgl. Gender-Kapitel im vorliegenden Buch).

Spannend ist auch die Textzeile »Might seduce your dad type«. Eilish begleitet diese gestisch, indem sie über ihr leicht blutbeschmiertes Gesicht streicht und dadurch das Blut verteilt. »I'm the bad guy« wird von einer veränderten, knurrenden, verzerrten Stimme gesungen und mit einem Close-

Up von Eilishs blutbeschmiertem Gesicht inszeniert. »Might seduce your dad type« könnte ein lyrischer Hinweis auf die *Femme fatale* sein. Also eine Projektion beziehungsweise die Konstruktion eines weiblichen Stereotyps. Eine literarische Figur, die vorwiegend durch eine männlich dominierte, Frauen tendenziell abwertende Linse wahrgenommen wird. Diese steht bei der Dämonisierung einer aktiven, weiblichen Sexualität im Vordergrund (vgl. Praz 1994: 167-169). Eilishs blutbeschmiertes Gesicht verstört die Vorstellung einer verführerischen Frau. Die Textzeile kann als möglicher Versuch die Performance Persona zu sexualisieren – oder gar als Umgang der Starfigur Eilish mit sexualisierenden Aussagen – gelesen werden, visuell wird diese Vorstellung von Eilish in weiter sportlicher Kleidung als Leaderin der kindlich anmutenden Dreiradgang jedoch negiert. Die Performance Persona trifft im Musikvideo immer wieder auf männliche Figuren. Während die wackelnden Bäuche der Männer und Eilishs wilde Gestik in dem roten Kinder-Elektro-Auto dem Beat entsprechen, entschleunigt die Sequenz der Tauben füttern den Eilish das Geschehen. In einer für das Video ungewöhnlich langen, kontinuierlichen Einstellung werden im Anschluss daran die Textzeilen »I like it when you take control/Even if you know that you don't/Own me I'll let you play the role/I'll be your animal« von Eilish performt, die einem Mann im Anzug vor dem Hintergrund einer roten Wüste Milch und Müsli in den Mund schüttet. Die Einstellungsgröße ändert sich von Totale in Halbtotale. Eilish befindet sich wieder im Fokus der Aufnahme und blickt direkt in die Kamera. Gestik und Mimik der Persona stehen im Mittelpunkt des Geschehens, die Textzeilen werden direkt an die Zuseher*innen adressiert.

In weiterer Folge führt Eilish akrobatische Figuren auf einem psychedelisch anmutenden, magentafarbenen und gelb gemusterten Teppich auf. Sie ist in einen weiten, geblühten Zweiteiler gekleidet; signifikant ist der Spinnengang, der an die Performance der von Linda Blair gespielten, von einem Dämon besessenen Regan in *Der Exorzist* (Regie: William Friedkin, 1973) erinnert. Das Performancekonzept der Star Persona Eilish beinhaltet immer wieder Elemente aus Horrorfilmen in den Musikvideos. So hat sie beispielsweise für das Musikvideo »Bury a Friend« mit dem Horrorfilm-Regisseur und Visual-Effects-Künstler Michael Chaves (*The Conjuring: The Devil Made Me Do It*, 2021) zusammengearbeitet. Aspekte von Körperlichkeit stehen häufig im Fokus von Eilishs Videos, in denen blaue Flecken, Blut und Tränen zu sehen sind. Der Körper als individuelles verfügbares Erfahrungs- und Erlebnisfeld korre-

liert einerseits mit Eilishs Themen wie mentale Gesundheit oder Depressionen und macht diese Auseinandersetzung für das Publikum greifbar, andererseits kann der Umgang mit Elementen aus Horrorfilmen auch als Charakteristikum, das zur Konstitution der Starfigur beiträgt, interpretiert werden.

Mit »My mommy likes to sing along with me/But she won't sing this song/ If she reads all the lyrics« wird eine neue Szene eingeführt. Eilish trägt eine Taucherbrille und einen Schnorchel, hinter ihr baumeln zwei Männerköpfe in mit Wasser gefüllten Plastiksäcken. Eilish stößt ihren Finger in einen der Säcke und das Wasser tritt aus. In diesen Szenen demonstriert die Performance Persona Handlungsspielraum, der lange Zeit nicht selbstverständlich für weiblich gelesene Musikerinnen galt (vgl. Krüger Bridge 2018: 188). Die Textzeile »She'll pity the men I know« wird erneut im Wüsten-Setting performt. Während der Mann im Anzug vor Eilish liegt, deutet sie grinsend das Durchschneiden der Kehle an, allerdings ihrer eigenen Kehle. Durch diese Handlung wird die Performance Persona zu einem der erwähnten »men I know« mit einem ironischen Seitenhieb. Dieser Teil des Videos zeichnet sich durch Eilishs unbeteiligte Mimik aus, die erst durch das angedeutete Aufschneiden der eigenen Kehle als Ausdruck von Ironie gedeutet werden kann.

In weiterer Folge adressiert die Performance Persona die Worte »I'm the bad guy/Duh« direkt in die Kamera und unterstützt die Aussage mit einer Handbewegung in Richtung Kamera, die an das Zielen mit einer Pistole erinnert. Dieser performative Akt führt zu einer Durchbrechung der »vierten Wand«. Die Performance Persona verschmilzt mit der textlichen Entität und verkörpert letztendlich den Bad Guy. Eilishs gelangweiltes »Duh« wird visuell mit dem Streuen von Taubenfutter auf den Körper eines liegenden Mannes unterstützt und holt das Publikum in die Illusion zurück. Der direkte Kontakt mit den Zuseher*innen innerhalb des Musikvideos macht das Publikum zu Verbündeten. Der anschließende Post-Chorus (vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch) wird durch eine Aneinanderreihung der bereits bekannten Sequenzen visualisiert. Eilishs Bewegungen werden ausgelassener, sie lacht, streckt die Zunge raus, scheint Spaß zu haben und blickt mehrfach direkt in die Kamera. Dieser Teil endet mit Eilish, die, im Gegensatz zum Beginn des Videos, hinter der gelben Wand verschwindet.

Das Spiel mit der (Des-)Illusion und inszenierten Brüchen setzt sich fort, denn ab 2:46 geschieht ein musikalischer und visueller Einschnitt. Dieser Teil des Songs wird eher gesprochen als gesungen. Eilish sitzt auf dem Rücken

eines spärlich bekleideten Mannes, während dieser Liegestütze macht: »You said she's scared of me? I mean/I don't see what she sees/But maybe it's 'cause I'm wearing your cologne«. Die Kamera filmt Eilish vorwiegend frontal, sie befindet sich somit wieder auf einer Ebene mit den Zuseher*innen und bietet sich so geradezu als Identifikationsfläche an, die durchaus eine empowernde Wirkung haben kann.

Wiewohl andere männlich gelesene Personen in dem Video zu sehen sind, liegt der Fokus vorwiegend auf Eilish, die eindeutig als Protagonistin identifizierbar ist. Ferner spiegelt sich Unnahbarkeit als Aspekt von Billie Eilishs Inszenierungskonzept wider. Der Rückbezug auf den »Bad Guy« ist in Eilishs visueller Inszenierung erkennbar, die Kleidung ist vorwiegend weit geschnitten und widersetzt sich somit der Norm. Im Rahmen der »I Speak My Truth In #MyCalvins«-Kampagne der Marke Calvin Klein (2019) erklärte Eilish: »Nobody can have an opinion because they haven't seen what's underneath. Nobody can be like, ›she's slim-thick,‹ ›she's not slim-thick,‹ ›she's got a flat ass,‹ ›she's got a fat ass.‹ No one can say any of that because they don't know« (De 2019). Eilish widersetzt sich patriarchal geprägten Zuschreibungsmustern und tritt mit ihrem Kleidungsstil Objektifizierungsmechanismen von weiblichen Körpern entgegen. Mit ihrer Aussage unterstreicht Eilish die Tatsache, dass in ihr Performancekonzept nicht nur persönliche Erfahrungen miteinfließen, sondern, dass diese eine empowernde Wirkung auf die Fans haben. So kommentierte X/Twitter-User*in Dezirae29 im Mai 2019 Eilishs Aussage mit den Worten: »The fact that Billie Eilish wears baggy clothes so she won't get sexualized really says something about our society.«¹

Eilish verdeutlicht textlich und visuell, dass sie den Song Character »Bad Guy« in dem Video verkörpert, was mit der mehrfachen Wiederholung von Phrasen, in denen »Bad Guy« vorkommt, hervorgehoben wird. Die Lyrics werden stimmlich von Eilish performt und können ihr daher auch – wie der Hinweis auf das Entnehmen der Zahnschiene zu Beginn des Videos – als Performance Persona zugeschrieben werden. Durch dieses »Double Enactment« (Frith 1996) gelingt es Eilish, die Song-Botschaft nicht nur textlich, sondern auch visuell zu vermitteln.

1 Der Kommentar ist hier verfügbar: <https://x.com/dezirae29/status/1127277511895707648> (24.02.2025).

4.6 »Bad Guy« als Live-Performance

Der Song ist fester Bestandteil von Eilishs Setlist und wurde beispielsweise im Rahmen der *When We All Fall Asleep Tour* (2019) performt. Auf Eilishs YouTube-Kanal befindet sich die Aufnahme einer Live-Performance von »Bad Guy« bei der Jimmy Kimmel Show 2019.² Der Raum wirkt klein, fast wie ein intimer Club. Die Bühne ist in gelbes und rotes Licht getaucht, was an den Schluss des Musikvideos erinnert. Neben Eilish sind ein Schlagzeuger und ein Bassist im Hintergrund des Bühnenraums zu sehen. Nun mag man die deutlich weniger zentrale Position der Musiker als Teil von Eilishs Performancestrategie deuten, die den Star im Bühnenvordergrund verortet, dennoch kann diese Aufstellung durchaus »vorrangig der notwendigen Funktionalität geschuldet sein, dass [die Musiker] sich untereinander sehen, hören und verständigen müssen« (von Appen 2013: 49). Eilish ist schwarz gekleidet, sie trägt eine weite, schwarze Hose, die bis zu den Knien geht, mit gelben, weinenden Emojis, ein schwarzes Shirt mit roter Stickerei und eine gelbe Rettungsweste. Die weinenden Emojis können als Referenz zu Themen wie mentale Gesundheit oder Depressionen interpretiert werden, die von Eilish immer wieder thematisiert werden. Das Publikum jubelt während der gesamten Performance. Eilish bewegt sich zum Beat, sichtlich motiviert durch das euphorische Publikum, während sie singt. In der Live-Performance dominiert die Starfigur Eilish die Bühne. Eilish richtet den Blick vorwiegend direkt auf das Publikum und animiert ihre Fans zum Mitklatschen bei »I like it when you take control/Even if you know that you don't/Own me, I'll let you play the role/I'll be your animal«. Als ironischer Verweis auf Performancestrategien von Popstars kann gerade die Publikumsanimation bei »Own me, I'll let you play the role« gelesen werden – im Hinblick auf die Funktion von Stars als Projektionsfläche für Wünsche und Vorstellungen des Publikums.

Medial bedingt kommen unterschiedliche Ausdrucksmittel zum Einsatz. So sind distanzierte Gesichtsausdrücke, stetige Kostümwechsel oder die Referenzbewegungen zu dem Film *Der Exorzist* nicht möglich. Doch Eilishs Performancekonzept ist von diesen Parametern, die das Musikvideo dominieren und ihr ein Spiel mit der Performance Persona erlauben, nicht abhängig. Die

2 Das YouTube-Video ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=gTHdV8gBLYk> (24.02.2025).

Performance Persona im TV-Auftritt versucht gar nicht erst, kühle Distanz aufzubauen, sondern bietet dem Publikum eine Performance auf Augenhöhe, indem sie die Lyrics an ihre Fans direkt adressiert und diese zum Mitklatschen animiert. Es sind durchaus Ähnlichkeiten zu Eilishs ausgelassener Performance während des Post-Chorus im Videoclip erkennbar. Visuelle Gesten unterstreichen an wenigen Stellen die Lyrics: Bei der Textzeile »Creepin' around like no one knows« bewegt sich Eilish in Anlehnung an das Musikvideo schleichend über die Bühne. Während sie »Chest always so puffed guy« performt, greift sie sich an die Brust.

Der Jubel des Publikums wird im Laufe der Performance immer lauter. Eilishs Bewegungen steigern sich, sie motiviert den Bassisten, sich mit ihr und dem Publikum zu bewegen. Eine Stimme aus dem Publikum ruft »Get it, girl«. Der zweite Teil des Songs mit dem veränderten Tempo wirkt sich auch auf Eilishs Bewegungen aus. Sie wird langsamer und bewegt sich betonter. Die gelbe Weste rutscht lässig über die Schulter, sie spielt mit dem Mikrofon, vollzieht Bewegungen und Gesten, die eher an einen männlichen Rock-Habitus erinnern. Eilish beendet den Song mit einem gehauchten »Huh« in absoluter Dominanz. Das Publikum jubelt. Eilish agiert nicht verbal mit dem Publikum, dennoch sind Interaktionen zwischen der Musikerin und Publikum zu beobachten: Es scheint, als würden sie sich beide gegenseitig motivieren. Die Kostümwechsel sind zwar nicht möglich, aber die Musikerin wird dennoch zum Character »Bad Guy«, indem visuell immer wieder Referenzen zum Musikvideo und den Lyrics gezogen werden. Der Aspekt der Liveness erlaubt es dem Publikum, mit Eilish zu interagieren, es klatscht mit, reagiert mit Applaus und Zurufen.

4.7 Schluss

In einem Interview mit GQ erzählt Eilish, dass sie sich mit »Bad Guy« über jeden »and their personas of themselves – even mine« (Eilish zitiert nach Krol 2019) lustig mache. An dieser Stelle lässt sich eine Brücke schlagen zwischen Eilishs Aussage und dem hier vorgestellten kulturwissenschaftlichen Ansatz. Eilish erschließt in der Aussage ihre eigene Persona und differenziert diese. Gleichzeitig empowert sie ihre Zuhörer*innen, indem sie den Character »Bad Guy« verkörpert, ein Akt, den wenige Frauen in der Popgeschichte vor ihr vollzogen haben.

Eilish verwandelt sich im Laufe des Songs zum »Bad Guy«, ein Prozess, der im Musikvideo von Anfang an vorrangig zu sein scheint. Die Inszenierung in legerer Kleidung, der Einsatz eines weiblich geführten Kinder-Elektro-Autos gegenüber der männlichen Dreirad-Gang und Handlungen, wie auf dem Rücken eines Mannes zu sitzen, der Liegestütze macht, oder den Mund eines Mannes als Müslischüssel zu zweckentfremden, unterstreichen den Character »Bad Guy«, den die Pop Persona Billie Eilish im Musikvideo repräsentiert.



Weiterführende Aufgabenstellung

Wählen Sie eines der unten genannten Musikvideos aus und diskutieren Sie die folgenden Fragen:

- Welche Rolle nimmt die Star Persona in dem Musikvideo ein? Durch welche Parameter wird die Persona konstruiert?
- Welche Inszenierungsstrategien sind erkennbar?
- Sind noch andere Personae in dem Video zu sehen? Welche Funktionen haben sie?
- Wodurch zeichnet sich das untersuchte Performancekonzept aus? Welche Rückschlüsse können zu der performativen Herstellung einer Starfigur gezogen werden?



Songs

- Janelle Monáe (feat. Big Boi): »Tightrope« (2010): <https://www.youtube.com/watch?v=pwnefUaKCbc>
- Doja Cat: »Vegas« (2022): <https://www.youtube.com/watch?v=QQp2biJuh1c>
- Eminem: »Houdini« (2024): <https://www.youtube.com/watch?v=22tVWwm-Tie8c>



Lektüreempfehlungen

Auslander, Philip (2004): Performance Analysis and Popular Music: A Manifesto. In: *Contemporary Theatre Review* 14/1: 1-13.

- » In diesem Text schlägt Philip Auslander einen Ansatz zur Analyse von Aufführungen vor, der sich auf Performer*innen in populärmusikalischen Kontexten

konzentriert. Er stellt die Performance Persona in den Mittelpunkt des Analyseprozesses, da sie von zentraler Bedeutung in der Interaktion mit dem Publikum ist. Dieser Zugang bezieht sich nicht nur auf Tonaufnahmen, Videos und Live-Performances, sondern auch auf das mediale Auftreten und die öffentliche Präsenz.

Moore, Allan (2012): Addressing the Persona. In: *Black Box Pop: Analysen populärer Musik*. Hg. von Dietrich Helms und Thomas Phleps. Bielefeld: transcript. S. 125-134.

- » Basierend auf Philip Auslanders Überlegungen zur Performance Persona betrachtet Allan Moore die diskursiven Möglichkeiten eines Songs anhand der zentralen Frage »Wem höre ich zu?«. Dieser Text skizziert Moores Theorie der Persona, die sich auf musikalische Performances konzentriert sowie die textliche Gestaltung und harmonische Untermauerung eines Tracks behandelt.

Frith, Simon (1996): *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge: MA: Harvard University Press.

- » In Friths Beobachtung wird das Zuhören selbst zu einer Performance, sowohl zu einer sozialen Geste als auch einer körperlichen Reaktion. Frith analysiert, wie und warum der Text untrennbar mit der Stimme des*r Sänger*in verbunden ist und weist auf die folgenden drei Aspekte hin: Rhythmus als körperliche Erfahrung, Rhythmus als Zeiterfahrung und die Stimme als Erfahrung der Persönlichkeit. Populäre Musik verbindet somit den Körper mit der Wahrnehmung der kollektiven Identität, sei sie real, imaginär oder virtuell.

Literatur

von Appen, Ralf (2013): Schein oder Nicht-Schein? Zur Inszenierung von Authentizität auf der Bühne. In: *Ware Inszenierungen*. Hg. von Dietrich Helms und Thomas Phleps. Bielefeld: transcript. S. 41-70.

Auslander, Philip (2004): Performance Analysis and Popular Music: A Manifesto. In: *Contemporary Theatre Review* 14/1: 1-13.

Auslander, Philip (2009). Musical Persona: The Physical Performance of Popular Music. In: *The Ashgate Research Companion to Popular Musicology*. Hg. von Derek B. Scott. Farnham: Ashgate. S. 303-315.

- Auslander, Philip (2012): Digital Liveness: A Historico-Philosophical Perspective. In: *PAJ: A Journal of Performance and Art* 34/3: 3-11. <https://www.jstor.org/stable/26206427>.
- Danielczyk, Sandra (2017): *Diseusen in der Weimarer Republik: Imagekonstruktionen im Kabarett am Beispiel von Margo Lion und Blandine Ebinger*. Bielefeld: transcript.
- De, Elizabeth (2019): Billie Eilish Reveals the Reason for Her Baggy Clothes in New Calvin Klein Ad. In: *teenVOGUE*. Link: <https://www.teenvogue.com/story/billie-eilish-baggy-clothes-calvin-klein> (24.02.2025).
- Fischer-Lichte, Erika (2004): *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Fischer-Lichte, Erika (2005): Inszenierung. In: *Metzler Lexikon Theatertheorie*. Hg. von Erika Fischer-Lichte, Doris Kolesch und Matthias Warstat. Stuttgart und Weimar: Metzler. S. 146-153.
- Frith, Simon (1996): *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge: Harvard University Press.
- Krol, Charlotte (2019): Billie Eilish explains what »Bad Guy« is about. In: *NME*. Link: <https://www.nme.com/news/music/billie-eilish-breaks-down-bad-guy-lyrics-2543500> (24.02.2025).
- Krüger Bridge, Simone (2018): *Trajectories and Themes in World Popular Music: Globalization, Capitalism, Identity*. Sheffield: Equinox.
- Lowry, Stephen (1997): Stars und Images: Theoretische Perspektiven auf Filmstars. In: *montage AV* 6/2: 10-35.
- Moore, Allan (2012): Addressing the Persona: In: *Black Box Pop. Analysen populärer Musik*. Hg. von Dietrich Helms und Thomas Phleps. Bielefeld: transcript. S. 125-134.
- Praz, Mario (1994): *Liebe, Tod und Teufel: Die schwarze Romantik*. München: DTV.
- Seel, Martin (2007): Inszenieren als Erscheinenlassen. In: *Die Macht des Erscheinens*. Hg. von Martin Seel. Frankfurt a.M.: Suhrkamp. S. 67-81.

5 | MUSIKWIRTSCHAFT

»Chest always so puffed guy«

Michael Ahlers



Themen

Transformationen, Plattformisierung, Stars, Marken, Mythen



Über diese Lerneinheit

Die Erfolgsgeschichte von »Bad Guy« wird in die Strukturen der globalen Musikwirtschaft eingebettet. Ein historischer Abriss ermöglicht, über weiterhin erfolgreiche sowie neu hinzugekommene Geschäftsfelder und Strukturen der Wertschöpfung nachdenken zu können. Hierdurch wird deutlich, dass auch für Eilish etablierte musikwirtschaftliche Konzepte funktionieren, jedoch in einer sehr spezifischen Weise. Es wird gezeigt, wie sich in den digitalisierten Geschäftsbereichen der Musikwirtschaften neue Praktiken der Herstellung, des Vertriebs und allgemein der Generierung von Gewinnen ausgebildet haben und wie diese erforscht werden können.



Lernziele

Kenntnisse: Ich baue Wissen auf zur historischen Entwicklung der Musikindustrie, deren Aufgabenfeldern sowie zentralen Transformationsprozessen.

Wege der Analyse: Ich lerne wirtschaftliche sowie kulturwissenschaftliche Analyseperspektiven kennen und wende diese an.

5.1 Einleitung

»Bad Guy« landet im Jahr 2019 in mehr als fünfzehn Ländern auf Platz eins der Charts und bekommt in Deutschland für 1.000.000 verkaufte Einheiten eine diamantene Schallplatte als Anerkennung. In Folge werden sowohl das Album als auch der Song selbst mit einem der wichtigsten Musikpreise der Welt, dem Grammy, ausgezeichnet. Der Weg eines Liedes oder einer Künstlerin an die Spitze von Bestenlisten führt meist durch die Strukturen der Musikwirtschaft, welche populäre Musiken mitgestaltet, verbreitet und diese dabei kommerziell verwertet. Andere Bezeichnungen hierfür sind Musikindustrie oder auch Musikbusiness. Nur äußerst selten gelingen Einzelpersonen oder Gruppen globale Erfolge, ohne eine Kooperation mit diesen wirtschaftlich und kulturell prägenden Netzwerken und ihren Akteur*innen. Allerdings gibt es »die Musikwirtschaft« im Singular gar nicht, denn es verbergen sich unter diesem Mantel zahlreiche spezialisierte Aufgabenbereiche, deren jeweilige Relevanz und Strategien je nach Markt und Genres sehr unterschiedlich gewichtet oder ausgeprägt sein können. Im Folgenden werden die historische Entwicklung und Transformation der Musikwirtschaft, interdisziplinäre Forschungsansätze und einige zentrale Perspektiven auf Stars, Marken und Mythen anhand des Songs »Bad Guy« näher dargestellt.

5.2 Strukturen und Transformationen

Die Musikwirtschaft (speziell des globalen Nordens) hat bereits mehrere Transformationen in ihrer mehr als 100-jährigen Geschichte hinter sich, die sich durch technische Entwicklungen sowie fundamental gewandelte Geschäftsfelder charakterisieren lassen. Doch auch nach einigen Krisen, die unter anderem durch Veränderungen und einen Wandel der Geschäftsfelder oder durch angepasste Strategien überwunden werden konnten, ist der Umsatz der globalen Musikindustrie laut dem Statistischen Bundesamt im Jahr 2022 wieder auf einen Rekord von 26,2 Milliarden US-Dollar gestiegen.¹ Nach Simon Frith (2001) ging es historisch in Musikwirtschaften zuerst um den

¹ Vgl. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182361/umfrage/weltweiter-umsatz-der-musikindustrie-seit-1997/> (11.03.2024).

Handel mit Rechten und Lizenzen, entweder von Notendruckern oder später von Copyrights oder Nutzungsrechten an den Tonaufnahmen. Im Mittelpunkt stand also der Verlagsgedanke als Geschäftsmodell. Dies ist ein Bereich, der auch aktuell wieder ein sehr bedeutendes Geschäftsfeld geworden ist. Er spielt auch beim Song »Bad Guy« eine Rolle: Beispielsweise wird über die Nutzung des Songs in der Spielereihe »Just Dance« Geld über »Synch(ronisation)«, also mit Lizenzierungsgeschäften verdient, die auch Werbung, Filme und andere Einsätze des musikalischen Materials in diversen Kontexten beinhalten. Zusätzliches Geld bringt die Nutzung des Songs in Radio, Fernsehen oder in den sozialen Medien. Das Geld wird in den meisten Ländern von »Collecting Societies« wie der deutschen »Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte« (GEMA) eingezogen und an Verlage, Labels oder direkt an die Künstler*innen als Urheber*innen der Kompositionen ausgeschüttet.

Im Verlauf der Geschichte wandelte oder erweiterte sich die Musikwirtschaft historisch von einer Verlagswirtschaft zu einer Talente-Industrie, die das erfolgreich über Hollywood-Filme in den 1920er Jahren entwickelte und etablierte Star-System für das Erwirtschaften von Gewinnen nutzt. Es geht dabei vor allem um das Finden oder den Aufbau von künftigen Stars sowie die Begleitung der Karrieren – eine Aufgabe, die traditionell Teil des »Artist and Repertoire«-Bereichs in Tonträgerfirmen oder Musikverlagen ist. Die wichtigsten Medienkanäle hierfür waren historisch das Radio sowie der Film, heute sind es Streaming-Dienste sowie soziale Medien. Auch dies wird weiter unten mit Bezug zum spezifischen Star-Konzept sowie auch der »Marke Billie Eilish« noch näher erläutert. Und schließlich wandelte sich die Musikwirtschaft hin zu einer Elektronikindustrie, in welcher die Tonträgerfirmen bis zum Ende des Jahrhunderts dominante Positionen besetzten (vgl. Tschmuck 2008: 156). Ein Fachbegriff für diese Form der technologiebasierten Transformationsprozesse stammt aus der Soziologie und lautet »Mediamorphose«. Diese Prozesse erklären sich in der Musikwirtschaft vor allem dadurch, dass die Unternehmen mehr und mehr Elektronik – und später dann digitale Technologien – für die Herstellung, Übertragung oder den Konsum von Musiken in ihren diversen medialen Formaten nutzten; oder durch Technologien wie die Vinyl-Schallplatten, die Compact Disc (CD) oder digitale Verkäufe und Streaming-Angebote gänzlich neue Geschäftsbereiche entstehen konnten.

Die Strukturen der Musikwirtschaft haben sich im Laufe des 20. Jahrhunderts sehr ausdifferenziert, wobei es zu Konzentrations- und Integrationsprozessen kam (Gebesmair 2009): Die marktdominierenden Unternehmen fusionierten, wodurch nur wenige ›Major-Labels‹ verblieben, also Plattenfirmen mit großen eigenen Verlagen.² Ihnen gegenüber agiert eine große Zahl kleinerer Unternehmen, die oft Independents oder ›Indies‹ genannt werden, da sie unabhängig von den Major-Strukturen agieren. Durch eine sogenannte ›vertikale Marktintegration‹ konnten die Major-Labels in immer mehr Marktbereichen eigene Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Gemeint ist hiermit die Übernahme von vormals extern angebotenen Dienstleistungen, um so ein ›Angebot aus einer Hand‹ machen zu können. Diese Angebote oder Dienstleistungen umfassten unter anderem das erwähnte Lizenzierungs- oder ›Synch‹-Geschäft, den Livemusik/Konzert-Bereich, die Werbung, soziale Medien und anderes mehr. Den Musiker*innen wurden ab dem Beginn des 21. Jahrhunderts für diese umfassenden Dienstleistungen, die ihnen aus einer Hand angeboten werden konnten, bisher noch nicht etablierte ›360 Grad Deals‹ angeboten oder teils aufgezwungen, wodurch sich umfangreiche wechselseitige Abhängigkeiten und Geschäftsbeziehungen ergeben. Denn durch die Unterzeichnung eines solchen Vertrags sind Künstler*innen oftmals vertraglich daran gehindert, sich selbst um Teilaufgaben ihrer Vermarktung zu kümmern oder diese an andere Unternehmen als Aufträge zu vergeben.

Die ›Majors‹ gestalten mit ihren finanziellen Mitteln und den von ihnen vertretenen Künstler*innen überwiegend den aktuellen ›Mainstream‹. Sie profitieren davon, dass sie die jeweils erfolgreichsten Künstler*innen vertreten, als Teil ihres ›Artist Roster‹, also ihres künstlerischen Portfolios. Der Mainstream bildet laut Definition immer dasjenige Segment der Musik ab, auf welches sich viele Menschen zu einer gegebenen Zeit einigen können bzw. die Musik, die viele regelmäßig hören wollen. Ein konkretes musikalisches (Meta-)Genre ist für den Mainstream jedoch nicht festgelegt und oftmals speist sich der Mainstream aus Independent-Strukturen, zuvor noch nicht gehörten Sounds oder Produktionstechniken, sowie aus musikalischen Ni-

2 Eine aktuelle Übersicht der Marktaufteilung der größten Plattenfirmen findet sich unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/224077/umfrage/marktanteile-der-groessen-plattenfirmen-weltweit/> (11.03.2024).

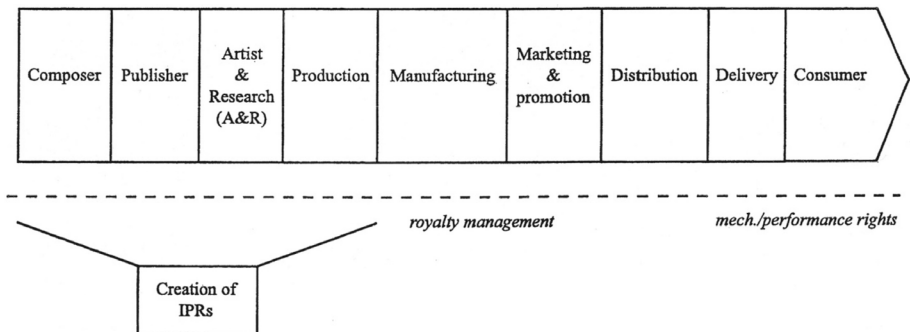
schen und Randbereichen. Ohne diese kontinuierliche »Auffrischung« würde es sonst dem Publikum schnell langweilig werden und die Nachfrage würde sinken.

Die Prozesse der fortschreitenden Globalisierung führten nach Andreas Gebesmair einerseits zu einer Homogenisierung des Mainstreams, andererseits konnten sich lokale oder nationale Märkte stets weiter ausdifferenzieren. Durch die Digitalisierung änderten sich die Geschäftsfelder und -modelle der Musikwirtschaft aber insgesamt sehr drastisch: Die Single wurde schon in der ersten Phase der Digitalisierung, also dem Verkauf von Songs oder Alben über digitale Downloads und eigenem Management der Nutzungs- und Kopierrechte in den digitalen Dateien, zum neuen Hauptprodukt. Zeitgleich wurden Alben (»long player«) immer weniger verkauft oder später dann in der zweiten Phase der Digitalisierung gestreamt. Bereits im Jahr 2019 sprechen einige Marktforschungsunternehmen mit Nähe zur Musikwirtschaft davon, dass es dringend darum ginge, eine »Post-Album-Wirtschaft« zu gestalten.³ Und dennoch ist genau in diesem Jahr 2019 das Album von Billie Eilish *When We All Fall Asleep, Where Do We Go?* mitsamt des Songs »Bad Guy« erschienen, welcher mit einer Quote von 81 Prozent von den Hörenden des Streaming Dienstes Apple Music komplett durchgehört wird (vgl. Stassen 2019). Entgegen des zuvor identifizierten Trends zu Single-Verkäufen scheint es somit noch immer möglich, weiterhin Alben zu produzieren und erfolgreich zu vermarkten, welche als Langformate oder größere Geschichten funktionieren. Hintergründe hierzu finden sich in einem Interview mit den beiden Managern, die hinter den Karrieren und Erfolgen von Billie Eilish und ihrem Bruder Finneas O'Connell stehen (vgl. Stassen 2019). Auf dieses wird später nochmals genauer eingegangen.

Die »Wertschöpfungskette« der Musikwirtschaft, welche durch den Ökonomen Michael E. Porter als linear aufeinanderfolgend beschrieben wurde, ist im Musikbusiness von der Komposition über die Produktion und Distribution/Verteilung bis hin zur Rezeption auf unterschiedlich spezialisierte Akteur*innen aufgeteilt. Dieses lineare Denken herrscht bis zur einsetzenden Digitalisierung Ende des 20. Jahrhunderts vor:

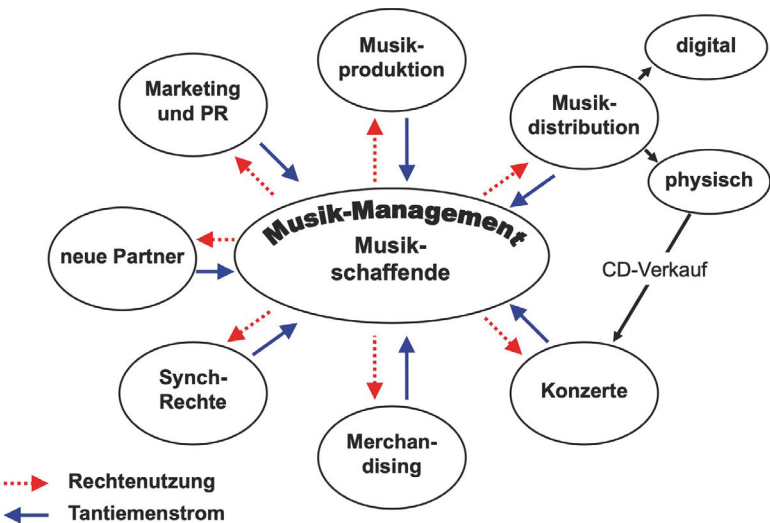
3 Vgl. <https://www.midiaresearch.com/blog/preparing-for-the-post-album-music-industry> (11.03.2024).

Abb. 5.1: Historische Wertschöpfungskette der Musikwirtschaft.



Abbildungsquelle: Wallis 2005: 293.

Abb. 5.2: Das digitale Wertschöpfungsnetzwerk.



Abbildungsquelle: Tschmuck 2020: 233.

Mit der umfassenden Digitalisierung im 21. Jahrhundert geht möglicherweise eine Stärkung der Position der Künstler*innen einher, vor allem aber auch mit der Interaktion mit den Fans. Durch die Verfügbarkeit sozialer Medien und durch die teils kostengünstigeren Werkzeuge zur Erstellung von Musikproduktionen oder Werbeinhalten in sozialen Medien werden historische lineare Wertschöpfungsketten und Machtverhältnisse aufgebrochen: In diesen waren Kreative stets nur die »Lieferant*innen« eines Songs oder einer musikalisch-ästhetischen Grundidee, alle weiteren Aufgaben wurden dann gegen Bezahlung oder Beteiligung an den Gewinnen (»Tantiemen«) durch die Musikwirtschaft übernommen. In Form von Netzwerkstrukturen ist die Zusammenarbeit derzeit stärker auf die Kreativen selbst ausgerichtet (vgl. Abb. 5.2) oder mit diesen gemeinsam organisiert, wenn sie nicht gar einige der Aufgaben selbst übernehmen (»Do It Yourself«/DIY-Ansatz der künstlerischen Selbstvermarktung).

Die Prozesse sind dabei aktuell parallel ablaufend oder zyklisch organisiert und konzentrieren sich sehr häufig auf Dienstleistungen und nicht immer zentral auf die Herstellung von (Musik-)Produkten. Durch den möglichen Wegfall der früher notwendigen Mieten für sehr große Aufnahmestudios mit akustischer Optimierung, teuren Mikrofonen und externen Klangprozessoren ergeben sich zwei Dinge: Erstens wird den Kreativen hierdurch Freiraum sowie mehr Zeit gegeben, unter der Voraussetzung, dass die fertigen Produktionen dann nach den Wünschen und Vorgaben der Firmen zu vermarkten sind. Auch müssen die Kreativen nicht erst mit den Verkäufen diese üblicherweise von den Firmen vorfinanzierten Beträge wieder erwirtschaften, bevor sie dann selbst Geld ausgeschüttet bekommen. Es kann von einem Versprechen der Demokratisierung der Produktionsmittel gesprochen werden, das jedoch sehr kritisch hinterfragt werden sollte (vgl. Wernicke und Ahlers 2023). Zweitens können neue Formen des Austestens und finalen Produzierens von Songs entstehen, da auf Plattformen wie Instagram oder TikTok lediglich einzelne Refrains, »Hook-Lines«, »Drops« oder sogar Sounds hinsichtlich ihrer Fähigkeit zur Erlangung von medialer Aufmerksamkeit getestet werden können, ohne den kompletten Song bereits fertig produziert zu haben. So kann eine aktive Fan-Gemeinschaft quasi direkt auf Marketing-Kampagnen reagieren. Dies war bislang noch nicht möglich, und ein Einfluss auf Entscheidungsprozesse der Kreation oder die Entwicklung und Vermarktung ihrer Stars durch Social Media-Feedback ist denkbar. Ganz

im Sinne einer »Ökonomie der Aufmerksamkeit« (Franck 2010) bekommen die Kreativen über die Erstellung und Nutzung dieser multimedialen Kurzformate in den sozialen Medien Follower*innen, starten so eventuell eigene Communities und entwickeln damit wirtschaftliches Potenzial, das dann wiederum von Musikwirtschaften erkannt und ausgewertet werden kann. Sie erarbeiten sich also die Aufmerksamkeit der Fans und der Wirtschaft, indem sie selbst Kurzformate produzieren und die Vorstellung einer Verbindung zwischen ihnen und den Fans aufbauen und aufrechterhalten. So stechen sie aus dem (Über-)Angebot des digitalen Wettbewerbs heraus. Es können hierdurch veränderte Verträge mit den Künstler*innen geschlossen werden, welche diesen aktive(re) Positionen und teils mehr Macht ermöglichen. Dies wird später noch kritisch zu überdenken sein, wenn der Weg von »Bad Guy« nachgezeichnet wird. Gleiches gilt auch für die Handlungsmacht der Fans: Denn mit der Nutzung von sozialen Medien gehen auch immer Prozesse der Sammlung digitaler Nutzungsdaten einher, welche dann wiederum durch die Unternehmen zusammengeführt und als »Big Data« für werbliche und andere kommerzielle Aktivitäten genutzt werden, wodurch sich unter anderem auch Trends entwickeln oder unterstützen lassen.

Im Jahr 2022 entstanden laut des Branchenverbands der (deutschen) Musikindustrie 80 Prozent des Umsatzes aus digitalen Formaten, während CD-Verkäufe stark rückläufig waren und Schallplatten aus Vinyl auf geringem Niveau wieder etwas mehr verkauft wurden (vgl. BVMI 2023). Dominierend für die Nutzung, aber auch die Bewerbung von Musik waren soziale Medien und Plattformen wie Spotify oder TikTok, weshalb sich der Begriff der »Plattformisierung« der Musikwirtschaft zu Beginn des zweiten Jahrzehnts des 21. Jahrhunderts durchgesetzt hat. Gleichzeitig entwickelten sich das Live-Business und das Geschäft mit Merchandise, also Werbeartikeln oder Premium-Angeboten für Fans, zu wirtschaftlich gesehen großen Geschäftsbereichen. Peter Tschmuck beschreibt diese Form der »Ökonomie des digitalen Musikbusiness« (2020) als derzeitigen Standard in den meisten globalen Musikwirtschaften. Dies betrifft dann explizit nicht mehr nur den globalen Norden, sondern beispielsweise auch Märkte in Asien, Afrika oder Südamerika. Zu den Kernaufgaben dieser Musikwirtschaften zählen global weiterhin die Künstler*innen-/Talentefindung und -entwicklung, das Marketing, die Produktion, die Rechteverwaltung und das Verlagswesen, der Vertrieb, das Live-Business sowie das Management der Künstler*innen (vgl. Endreß und Wandjo 2021).

5.3 Disziplinen und Themen

In den frühen Jahren der Erforschung populärer Musik war in den Kulturwissenschaften überwiegend eine recht kritische, marxistisch geprägte Haltung gegenüber der Musikwirtschaft vorzufinden. Dies hat in der deutschsprachigen Forschung vor allem mit der Wirkmächtigkeit der »Frankfurter Schule« und der dort durch Theodor W. Adorno und Max Horkheimer vertretenen »Kritischen Theorie« zu tun, welche sich mit der Manipulationskraft populärer Musiken und dem missbräuchlichen Einsatz von Seiten der sogenannten »Kulturindustrie« befasste. Die Aufteilung zwischen Kunstmusik (»E-Musik« oder »Ernste Musik«), welche angeblich den Geist, und populärer Musik (»U-Musik« oder »Unterhaltungsmusik«), welche den Körper in den Mittelpunkt stellt, war lange vorherrschend. Aufgrund dieser dichotomen Einteilung geschah eine sprachliche Abwertung desjenigen populären Teils des Musikmarktes, der sich für den überwiegenden Teil der Einnahmen und Gewinne verantwortlich zeichnete. Dies wurde durch historisch gewachsene Verteilungsschlüssel von Einnahmen innerhalb der deutschen Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) fortlaufend zementiert.

Im weiteren Verlauf der Forschung gab es unterschiedliche Ansätze, die einerseits »neoliberale« wirtschaftliche Sichtweisen auf die Selbst- und Gewinnoptimierung übernahmen oder etablierten und vorwiegend an der (kulturellen) Ökonomie ausgerichtet waren. Diese Ansätze lieferten vor allem datenbasierte Einblicke in Märkte, den Geldfluss oder die Strukturen von Charts. Andererseits gab es aber auch Forschungsansätze aus den Kulturwissenschaften bzw. Cultural Studies, in denen Musikwirtschaft als eine Form der Kulturproduktion sowie soziales Phänomen begriffen wird. Durch diese Perspektive kamen Themen wie Gender, Klassismen oder Erkenntnisse zu Abhängigkeiten der Akteur*innen im Kontext von Machtstrukturen und Hierarchien hinzu. Ein Ansatz des »Miteinander-verwoben-Seins« von Musikkulturen und Wirtschaftskulturen hat sich erst in jüngerer Vergangenheit akademisch unter dem Begriff der »Musik(wirtschafts)kultur-forschung« (Flath 2018) erfolgreich etablieren können und soll hier für die eigenen Überlegungen leitend sein. Dabei sind zwei Aspekte wichtig: Erstens hat ein interdisziplinärer Forschungsansatz notwendigerweise immer auch blinde Flecken, für die man sensibel bleiben muss. Zweitens wird in diesem

Ansatz auch den handelnden Akteur*innen eine aktive Rolle zugestanden, sie werden nicht nur als ›Objekte‹ beforscht, sondern mit ihnen wird auf Augenhöhe gearbeitet. Allerdings ist dies aufgrund des oft schwierigen Zugangs zu Künstler*innen oder der mangelnden Bereitschaft zur Offenlegung von Zahlen seitens der Wirtschaft teils nur eine Hoffnung oder ein einseitiges Angebot. In Anlehnung an Beate Flath kann jedoch beispielsweise das Ticket für ein Billie Eilish-Konzert einerseits unter dem Aspekt seines Preises analysiert und in den Kontext des Geldflusses (Gebühren, Steuern, Versand) und den Umsatz sowie die Gewinne der Musikwirtschaft eingeordnet werden. Es kann andererseits auch als identitätsbildendes Element der kaufenden Personen verstanden werden. Dazu könnten Interviews geführt werden. Oder die Analyse und (gemeinschaftliche) Diskussion der Posts der Käufer*innen sowie der Reaktionen und Kommentare in sozialen Medien fördern weitere Themen zu Tage, wie Stolz, Aufmerksamkeit, Reputation, Gemeinschaft, sinnliche Erlebnisse und anderes mehr (vgl. Flath 2018: 15).

5.4 Stars und Marken

Mit Aufkommen des Hollywood-Kinos in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts wurde früh entdeckt, dass ›Stars‹ als Konzept einer erfolgreichen Vermarktung gut für Filme als Produkte und eine bald schon global einflussreiche Filmwirtschaft funktionierten: Stars waren und sind für viele Menschen überlebensgroße Projektionsflächen für Sehnsüchte oder andere Gefühle, wobei die Stars zu Beginn der Einführung des Konzeptes einerseits unerreichbar abgeschirmt waren und andererseits über journalistische Kanäle doch mit einem (Privat-)Leben befüllt oder ausgestattet wurden, welches seine kleinen und großen Skandale oder triviale Geschichten enthielt. ›Stardom‹ besteht auch aus dieser Ambivalenz zwischen der perfekten Imagination und Visualisierung im Film, in der jede und jeder als Star glänzen kann und übernatürlich perfekt erscheint, und der Normalität des Alltags auf der anderen Seite. So entstand zunächst im Film, dann im Anschluss auch in populären Musikkulturen die ›Celebrity Culture‹, also der Fokus auf Berühmtheiten sowie ein Star-Kult um Personen oder Bands. Ursprünglich wurden Schönheitsideale der Stars bestimmt durch scheinbar perfekte Äußerlichkeiten wie Haare, Körperformen oder Stimmen, die den jeweiligen

Zeitidealen entsprachen. Dies änderte sich jedoch, sodass diversere Star-Imaginationen und sogar Anti-Stars (vgl. Jacke 2004) entstehen konnten, die gerade durch ihre Verweigerung einer Zusammenarbeit mit den Medien und etablierten Star-Kulten zu alternativen Star-Konstrukten werden konnten.

Billie Eilish verfügt über ein spezifisches Star-Konzept oder eine »Persona«, dies wird allein aufgrund ihrer medialen Reichweite und wirtschaftlichen Relevanz für die Musikindustrie klar. Dabei ist diese Persona nicht deckungsgleich mit der Privatperson Billie Eilish, die es weiterhin gibt (vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch). Um zu einem Star zu werden, braucht es zunächst ein klar erkennbares Konzept, welches sich von anderen Stars unterscheidet und (mindestens) eine Zielgruppe anspricht, für die der Star medial und finanziell erreichbar ist. Denn nur so wird im besten Fall ein Alleinstellungsmerkmal (»unique selling point«, kurz: USP) erkennbar, durch welches sich eine Marke aufbauen lässt, die sich klar gegen konkurrierende Angebote abgrenzt. Global erfolgreiche Stars wie Billie Eilish sprechen sogar mehrere Zielgruppen auf der Welt an und sind daher seltener. Doch was ist ihr Alleinstellungsmerkmal? Wie funktioniert die »Marke Billie Eilish«? Hierzu können die offizielle mediale Repräsentation der Künstlerin, ihre Produkte in Form von Musiken, Texten, Videos, Konzerten, Reportagen sowie weitere mediale Interaktionen in sozialen Medien, aber auch die Reaktionen der Fans zurate gezogen werden (vgl. Transmedialität- und Fandom-Kapitel im vorliegenden Buch). Analytisch steht mithin multimediales Material zur Verfügung, das im Sinne der oben skizzierten Inter- oder Transdisziplinarität vielfältige Werkzeuge und Theorien benötigt, um zu Erkenntnissen auf unterschiedlichen Ebenen zu kommen. Deshalb können an dieser Stelle nur exemplarische Einblicke gegeben werden.

Wie auch im Kapitel zu Identitäten umfangreich beschrieben, wird schnell klar, dass es bei der Persona von Billie Eilish nicht um einen hochglanzpolierten Mega-Star älterer Prägung geht, welche sehr oft die Rolle einer »Diva« einnahmen. Die Künstlerin wird eben nicht als perfekt oder »fehlerfrei« dargestellt, sondern präsentiert sich mit all ihren kleinen Imperfektionen des eigenen Körpers und den Herausforderungen ihres eigenen Selbstbilds. Dies führt dazu, dass sich verschiedene Rezipient*innen und Fans damit identifizieren können, da der offene Umgang mit scheinbarer Imperfektion oder der Tourette-Erkrankung der Künstlerin für eine Öffnung sorgen und eine klare Botschaft mitbringen: »Es ist okay, wie du bist, ich bin auch nicht perfekt«.

An dieser Stelle dann von »Empowerment« zu sprechen, ist sehr naheliegend. Denn durch entsprechend sichtbare Rollenvorbilder werden Menschen ermutigt und in ihren individuellen Wegen bestärkt. Es gibt Studien, die sogar weitergehend einen Zusammenhang zwischen dem Bericht über Tourette-Ticks zur Zeit der Pandemie und Bezügen zu der offenen Kommunikation von Eilish zu ihren Problemen in sozialen Medien herstellen (vgl. Nagy et al. 2022).

In der audiovisuellen Produktion von »Bad Guy« sowie durch Statements in Interviews oder Features entsteht ein ähnliches Bild: Hier wird ein neuer Typus Mädchen oder junger Frau entworfen, der sich selbstbewusst als »Bad Guy« bezeichnet – eine Idee, die auch ihr Bruder Finneas O'Connell im ersten Moment der Präsentation durch Eilish rückblickend als innovativ oder »coolest shit« bezeichnete.⁴ Die Umsetzung der Persona auf textlicher, klanglicher und visueller Ebene wird an anderen Stellen dieses Buchs eingehend analysiert. Im Kontext dieses Kapitels ist wichtig festzuhalten, dass die Spannungen funktionieren: Zwischen den weiblichen Dominanz-Gesten und der gleichzeitigen Anerkennung und Inszenierung von Verletzlichkeit und Imperfektion; ebenso zwischen der Abkehr von zeitgleich erfolgreichen heiteren Pop-Produktionen mit Hochglanz-Optik und der Nutzung einer Anti-Diva- und Gothic-inspirierten Ästhetik in der Star-Persona Eilishs als USP. Im weiteren Verlauf ihrer Karriere kam es dann zu mehreren Wechseln der Looks sowie musikalischen Erweiterungen durch Einflüsse aus Jazz und anderen Genres. Aber Eilish ist dem Kern ihrer Persona treu geblieben als eine Frau, die sehr offen mit ihren Ängsten und Gefühlen umgeht und der Welt dabei (scheinbar) tiefe Einblicke in ihre Seele gibt. Letzteres muss so ausgedrückt werden, denn Forschende können stets nur mit den verfügbaren Daten arbeiten und dabei nicht immer zweifelsfrei einschätzen, was tatsächliche Aussagen der Künstlerin sind und was für den Aufbau und die Nutzung einer Marke konstruiert wurde. Einige wenige Studien konnten dies für Forschung zur Musikwirtschaft dadurch sicherstellen, dass sie selbst als Künstler*innen oder Manager*innen Teil der Planungen und Gespräche waren und dann als »Fliege an der Wand« unbemerkt Innenansichten und »echte« Aussagen der Personen aus der Musikwirtschaft sammeln konnten (Negus 2011).

4 Vgl. das Video »Billie Eilish and Finneas Break Down Her Hit Song »Bad Guy«« (ab 0:42), Link: <https://youtu.be/kpx2-EMfdbg?si=GbSO3pIXNAqDUQuQ&t=42> (11.03.2024).

Dies ist aber nur sehr selten möglich und daher ist es akademisch gesehen ratsam, möglichst viele unterschiedliche Quellen gegeneinander zu prüfen.

Ohnehin kann Popularität auch nicht allein über den Geldfluss beschrieben und verstanden werden, sondern über die Etablierung und Nutzung von Marken und Kooperationen der Stars. Populäre Musiken, ihre Stars und Marken haben bereits lange eine große Nähe: Musik wird in Werbung eingesetzt, Künstler*innen werden Gesichter oder Botschafter*innen von Marken oder Unternehmen und schließlich gibt es über den Merchandise-Markt, also eigene Kleidung oder Parfums, zahlreiche Wege, wie die Künstler*innen als Marken oder Werbeträger*innen für sich selbst aktiv werden können. Oft geht es bei Sport- und Musik-Stars dann um den sogenannten »Imagetransfer«, welcher in beide Richtungen zwischen den Firmen und den Stars funktioniert. Dies ist gut etabliert in der Musikwirtschaft und wird finanziell oft umgesetzt über Sponsorings der Künstler*innen und ihrer Tourneen, »Product-Placements« in Videos, Nennungen von (Luxus-)Marken innerhalb von Songtexten und andere Strategien mehr (Grünewald-Schukalla et al. 2022). Auch Billie Eilish hat unter anderem für eine VR-Brille des Meta-Konzerns, Kopfhörer der Firma Beats oder Angebote des Apple-Konzerns Werbung gemacht und dabei ihre Star-Persona, aber vor allem auch ihre umfangreichen globalen Communities mit in die Kooperationen sowie die Ästhetik der Spots eingebracht. In diesem Punkt gilt es aus Sicht beider Beteiligten unbedingt auf eine gute Passung zu achten: Denn widersprechen sich die Ethik des Konzerns und die Aussagen der Künstlerin, so kann dies schwere Schäden in der Akzeptanz der Fans verursachen. Gleiches gilt, wenn Firmen Künstler*innen unterstützen, deren moralische oder ästhetische Passung nicht gegeben ist, sodass die Kund*innen oder die Anteilseigner*innen verprellt werden.

5.5 Schluss: Mythen und Manipulationen

Populäre Musik lebt von zahlreichen Mythen sowie Versprechungen, die auch musikwirtschaftliche Kontexte prägen. Es gibt die bekannten »von Tellerwäscher*innen zu Millionär*innen« oder Übernacht-Erfolgs-Mythen, Dämonisierungen der Musikwirtschaft als »Haifischbecken« und vor allem durch die Digitalisierung und sozialen Medien verstärkte Referenzen zu DIY- und Selbstmanagement-Ansätzen. Dies betrifft auch Billie Eilish: In diversen Fo-

ren wurde sehr stark und wiederholt darauf hingewiesen, dass wesentliche Teile des Albums als ›bedroom production‹ unter Verwendung von Alltags-Samples sowie einer ASMR-Ästhetik der Aufnahmesituation entstanden sind (vgl. Sound-Kapitel im vorliegenden Buch).

Für die Persona ist dies ebenso relevant wie auch für die oben beschriebenen Mythen, da sich diese Fakten im Sinne einer Selbstermächtigung der Künstlerin (und ihres Bruders) mit einem DIY-Gedanken in Unabhängigkeit von der Musikwirtschaft interpretieren ließen. Diese Interpretation blendet dann allerdings aus, dass die beiden Geschwister aus einem gut vernetzten und musikalischen familiären Umfeld kommen und die späteren Manager Danny Rukasin und Brandon Goodman zumindest Finneas O'Connell bereits einige Jahre vor den Erfolgen mit Billie Eilish kannten und unterstützten. Die beiden Manager machten allerdings sehr deutlich, dass sich Finneas und Billie sowohl für eine kohärente Album-Produktion – also nicht die etablierte Single-Strategie – als auch eine eigene Videoästhetik einsetzten, die maßgeblich durch Billies Ideen und kreative Vision geprägt wurden. Parallel zu den ersten viralen Erfolgen bekamen die Künstler*innen umgehend einen Deal bei Interscope Records und dem Label Darkroom, die aus Sicht der Manager dann sehr unterstützen konnten:

»I do think that Billie would have had success regardless, as she's an incredibly talented and unique one-of-a-kind artist. But it's undeniable that we have seen so much value globally by having such a powerful system in place of people and partners that have worked tirelessly alongside us to make Billie arguably the most talked-about new artist. [...] I love the DIY ethos and retaining the flexibility and control over the project internally, but if the artist and team are aligned, do their job efficiently, and trust the vision, you can have the best of all worlds and fully justify the label partnership.« (Stassen 2019)

An diesem Punkt steht die Forschung regelmäßig vor einer Black Box: Was geschieht zwischen der Idee, ihrer Produktion und dem anschließenden globalen Erfolg? Was genau sind die Strategien der Musikwirtschaft und welche Daten und wieviel Kapital nutzt sie? Klar ist lediglich, dass wirkliche Zufallserfolge aktuell immer weniger denkbar sind: Da durch die Plattformisierung der Musikwirtschaft immer mehr musikalisches Material um die Aufmerksamkeit der Hörer*innen kämpft, dürfte es einzelnen Personen kaum gelin-

gen, hier mit ihren eigenen künstlerischen und finanziellen Mitteln herauszustecken. Es bedarf ›Zwischenhändler*innen‹ der Informationen und der Daten.

Als Vermittler*innen zwischen Publikum und Stars haben sich nach Journalist*innen oder Radio-DJs mittlerweile neue kulturelle ›Intermediäre‹ herausgebildet: Dies sind einerseits die Personen, die Playlists kuratieren, oder andererseits Algorithmen, welche solche Playlists je nach Nutzungsmuster sowie unter Berücksichtigung von Big Data für die Nutzer*innen zusammenstellen. Playlist-Marketing oder auch Manipulationsversuche scheinen fest etabliert, vergleichbar dem historischen ›Plugging‹, also der Bestechung von Radio- oder Musikfernseh-Redaktionen und DJs. Dafür bedarf es sowohl der technischen als auch der finanziellen Hintergründe, um einen Song oder Künstler*innen über Influencer*innen, zielgruppengerechtes Online-Marketing, ein spezifisches ›Storytelling‹ und weitere Werkzeuge in das Zentrum der Aufmerksamkeit eines möglichst großen Publikums zu manövrieren und dort lange zu behalten. Wie so oft heißt es auch hier: »Don't believe the hype«.

Weiterführende Aufgabenstellung



- In welchen Bereichen der Musikwirtschaft wird derzeit am meisten Umsatz erzielt? Differenzieren Sie in den Recherchen zwischen Major- und Independent-Strukturen und entwickeln Sie Erklärungsansätze.
- Recherchieren Sie erfolgreiche Kooperationen zwischen Stars und Marken in der Gegenwart und Vergangenheit (z.B. Billie Eilish und »Beats«-Kopfhörer oder Snoop Dogg und die Feuerzeugmarke »BiC«). Entwickeln Sie dann ein Quiz, indem Sie sich neben den recherchierten Kooperationen auch fiktive Partnerschaften ausdenken: Platzieren Sie hierzu auf Papier oder einer digitalen Präsentationsdatei jeweils ein Paar aus einem/einer Künstler*in/Band sowie einer konkreten Marke. Diskutieren Sie abschließend, warum manche Kooperationen möglich erscheinen, während andere wiederum kaum denkbar sind. Beziehen Sie dabei Aspekte wie Zielgruppen, Image oder Werte der Stars und Marken mit ein.
- Recherchieren und diskutieren Sie weitere Star-Konzepte/Personae der populären Musikgeschichte hinsichtlich ihrer Unterschiede zu sowie möglicher Gemeinsamkeiten mit Billie Eilish.

- Beziehen Sie Stellung zu den beiden Aussagen: Ohne Mythen würde die Musikwirtschaft nicht funktionieren; ohne Mythen können keine guten Star-Konzepte konstruiert werden. Nutzen Sie dazu Informationen aus dem Kapitel und recherchieren Sie weitere Mythen.



Songs

- Lady Gaga: »Shallow« (2018): https://www.youtube.com/watch?v=bo_efY-hYU2A
- Reel Big Fish: »Sell Out« (1996): <https://www.youtube.com/watch?v=AEKbFM-vkLlc>
- Dire Straits: »Money For Nothing« (1985): https://www.youtube.com/watch?v=wTP2zRUD_cLo



Lektüreempfehlungen

Endreß, Alexander und Wandjo, Hubert (2021): *Musikwirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung*. Baden-Baden: Nomos.

- » In diesem deutschsprachigen Band werden aktuelle Mikro- und Makrostrukturen der postdigitalen Musikwirtschaft aus interdisziplinärer Perspektive betrachtet. Neben wirtschaftlichen und kulturwissenschaftlichen Aspekten wird auch das immer komplizierter werdende Musikrecht thematisiert.

Reihe: *Jahrbuch Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung*. Hg. von Carsten Winter und Martin Lücke. Wiesbaden: Springer VS.

- » Zu Themenschwerpunkten wie Musik und Stadt, Empowerment, Musik und Straße und vielem mehr bekommen die Lesenden hier interdisziplinäre Artikel und Studien. Ergänzt wird das Jahrbuch durch Arbeiten junger Wissenschaftler*innen, Rezensionen sowie Tagungsberichte.

Zeitschrift: *The International Journal of Music Business Research*. Link: <https://sciendo.com/journal/IJMBR> (24.02.2025).

- » Dieses englischsprachige Journal ist kostenfrei online verfügbar. Es sammelt Studien zu zahlreichen Teilbereichen der Musikwirtschaftsforschung und bezieht dabei wirtschaftlicher, psychologischer, soziologischer und weiterer disziplinärer Hintergründe und Methoden.

Literatur

- Bundesverband Musikindustrie (BVMI) (2023): *Musikindustrie in Zahlen: 2022*.
Link: https://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/06_Publikationen/MiZ_Jahrbuch/2022/BVMI_Musikindustrie_in_Zahlen_2022_ePaper_230420_geschuetzt.pdf (24.02.2025).
- Flath, Beate (2018): Musikwirtschaftsforschung als Musik(wirtschafts)kulturforschung: Annäherungen an eine neue Disziplin. In: *Musikwirtschaftsforschung: Die Grundlagen einer neuen Disziplin*. Hg. von Peter Tschmuck, Beate Flath und Martin Lücke. Wiesbaden: Springer VS. S. 9-26.
- Franck, Georg (2010): *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*. München: Carl Hanser.
- Frith, Simon (2001): The Popular Music Industry. In: *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. Hg. von Simon Frith, Will Straw und John Street. Cambridge: Cambridge University Press. S. 26-52.
- Gebesmair, Andreas (2009): The transnational music industry. In: *The Ashgate research companion to popular musicology*. Hg. von Derek B. Scott. Farnham: Ashgate. S. 467-483.
- Grünewald-Schukalle, Lorenz; Jorí, Anita und Schwetter, Holger (Hg., 2022): Einleitung: Musik und Marken – Überblick über einen interdisziplinären Forschungsbereich. In: *Musik & Marken*. Wiesbaden: Springer VS. S. 1-14.
- Jacke, Christoph (2004): *Medien(sub)kultur: Geschichten-Diskurse-Entwürfe*. Bielefeld: transcript.
- Nagy, Péter; Cserháti, Helga; Rosdy, Beáta; Bodó, Timea; Hegyi, Márta; Szamosútvári, Judith; Fogarasi, Dominic Joseph und Fogarasi, Andras (2022): TikTok and tics: the possible role of social media in the exacerbation of tics during the COVID lockdown. In: *Ideggogy Sz* 75/5-6: 211-216. DOI: <https://doi.org/10.18071/isz.75.0211>.
- Negus, Keith (2011): *Producing pop: Culture and conflict in the popular music industry*. London: Edward Arnold.
- Stassen, Murray (2019): Behind Billie Eilish: Meet the managers guiding the artist's global success. In: *Musicbusiness Worldwide*. Link: <https://www.musicbusinessworldwide.com/behind-billie-eilish-meet-the-managers-guiding-the-artists-global-success/> (24.02.2025).
- Tschmuck, Peter (2008): Vom Tonträger zur Musikdienstleistung: Der Paradigmenwechsel in der Musikindustrie. In: *Musikrezeption, Musikdistribu-*

tion und Musikproduktion: Der Wandel des Wertschöpfungsnetzwerks in der Musikwirtschaft. Hg. von Gerhard Gensch, Eva M. Stöckler und Peter Tschmuck. Wiesbaden: Gabler. S. 141-162.

Tschmuck, Peter (2020): *Ökonomie der Musikwirtschaft.* Wiesbaden: Springer.

Wallis, Roger (2005): The Changing Structure of the Music Industry Threats to and Opportunities for Creativity. In: *Music and Manipulation.* Hg. von Steven Brown und Ulrik Volgsten. New York, Oxford: Berghahn Books. S. 287-312.

Wernicke, Carsten und Ahlers, Michael (2023): Zwischen Modularer Konstitution und Niedrigschwelligkeitsmythos: Musik-Interfaces als Medien der Demokratisierung? In: *Musik und Medien – Musik als Medium: Interdisziplinäre Zugänge zu einem kontroversen Thema.* Hg. von Iwan Pasuchin und Martin Losert. Münster: LIT Verlag. S. 57-75. DOI: <https://doi.org/jzf7>.

6 | TRANSMEDIALITÄT

»Just can't get enough guy«

Pascal Rudolph



Themen

Medien, Intermedia, Transmedia, Typologie, Referenzialität



Über diese Lerneinheit

Vom Comic über die filmische Adaption bis hin zur Bandai-Puppe: Das Kapitel beleuchtet Formen der Aneignung und Rezeption von Popmusik aus systematisch-klassifikatorischer Perspektive am Beispiel von Billie Eilishs »Bad Guy«. Auf einschlägige Arbeiten der Trans- und Intermedialitätsforschung aufbauend, wird eine Typologie der transmedialen Rezeptionsweise erarbeitet. Auf diese Weise offenbart sich Transmedialität weniger als Theorie denn Methode, nämlich als das In-Beziehung-Setzen von verschiedenen Medientexten.



Lernziele

Schlüsselkonzepte: Ich lerne die zentralen Begriffe der Transmedialitätsforschung kennen und kann diese erläutern.

Typologie: Ich erarbeite mir eine typologische Übersicht über die Vielfalt an Medientexten, die mit »Bad Guy« in Beziehung stehen.

Analyse: Diese Typologie befähigt mich zur eigenen Analyse von weiteren transmedialen Phänomenen, wobei ich mir auch der Grenzen eines solchen typologischen Ansatzes bewusst bin.

6.1 Einleitung: »Infinite Bad Guy«

1,46 x 10¹⁰⁰ Jahre: So unvorstellbar lange würde es dauern, die Kombinationen aller YouTube-Covers eines *einzigsten* Songs anzuschauen – eine Zeitspanne, größer als die Lebensdauer des Universums. Die Rede ist von Billie Eilishs »Bad Guy« und der Vergleich mit dem Universum stammt aus der Bewerbung eines KI-Experiments.¹ Im November 2020 erreichte Eilishs Musikvideo eine rekordbrechende Milliarde Aufrufe.² Zur Feier dieses Erfolgs veröffentlichte YouTube Music das Internetprojekt »Infinite Bad Guy«. Besuchte man die Seite, spielte zunächst das herkömmliche Musikvideo. Dann konnte man während des Songs zwischen ungefähr 15.000 verschiedenen Covers wechseln. »Machine Learning«-Algorithmen ordneten und glichen diese Covers an (etwa mit Blick auf Tempo und Tonart). Dadurch fügten sich die Covers nahtlos zu endlosen Kombinationen zusammen. Innerhalb des Songs ließ sich durch einen Click vom Death-Metal-Cover zum quietschenden Gummihuhn wechseln. Da jeder Durchlauf in der Auswahl und Anordnung einzigartig war, hat YouTube dieses Projekt als »unendliches Musikvideo« beworben. Nach einem Jahr ging das Experiment offline.

Wie unter einem Brennglas wird die transmediale Rezeptionsweise von Popkultur in diesem Experiment sichtbar. Das, was »Bad Guy« ist, setzt sich für viele Menschen aus unzähligen Steinchen zusammen, die ein Mosaik bilden: von Klamotten, Comics oder Puppen über filmische Adaptionen, Memes oder Konzertmitschnitte bis hin zu Interviews, Forschungsarbeiten über den Song oder eben jenen Coverversionen. In diesem Kapitel fragen wir danach, wie sich diese Steinchen ordnen lassen, sodass für uns das Mosaik erkennbar wird.

1 Vgl. hierzu einen Re-Upload des Trailers auf YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=v8EuHRqUqdc> (08.03.2024). Vgl. ferner den offiziellen YouTube-Blog sowie die Erläuterung auf »Experiments with Google«: <https://blog.youtube/news-and-events/billie-eilish-infinite-bad-guy-music-video/> (08.03.2024) und <https://experiments.withgoogle.com/infinite-bad-guy> (08.03.2024).

2 Das Musikvideo ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=DyDfgMOUjCI> (21.03.2024).

6.2 Das Begriffswirrwarr der Transmedialitätsforschung

Die Transmedialitätsforschung (Transmedia Studies) hantiert mit verschiedenen Begriffen und Konzepten, die weite Interpretationshorizonte aufweisen. Nicht immer werden diese Begriffe einheitlich verwendet. Zunächst lässt sich danach fragen, was ein Medium ist. Allgemein gesprochen ermöglichen Medien Kommunikation, indem sie Informationen speichern, übertragen und verarbeiten. Zu den Kommunikationsmitteln zählen etwa Klangaufzeichnung, Bildaufzeichnung und Schrift. Vom kanadischen Medientheoretiker Marshall McLuhan stammt die weitgefasste Definition, nach der jedes Medium, einer Prothese gleich, eine Erweiterung des Menschen ist, worauf bereits sein Buchtitel *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) hinweist. Die Literaturwissenschaftlerin Marie-Laure Ryan (2005: 14-17) ordnet verschiedene Definitionsversuche in drei Kategorien: semiotische, material-techn(olog)ische und kulturelle Ansätze. Semiotische Definitionen, die aus heuristischen Gründen vor allem für das vorliegende Kapitel relevant sind, beziehen sich auf die verschiedenen Codes und Sinnesorgane. Dieser Ansatz unterscheidet den semiotischen Systemen ›Sprache‹, ›Bilder‹ und ›Klänge‹ gemäß zwischen drei medialen Hauptkategorien: verbale, visuelle und auditive Medien.

Häufig wird im Diskurs jedoch nicht nur über Medien gesprochen und geschrieben, sondern auch über Medientexte (media texts). Textualität ist in diesem Kontext nicht an linguistische Schrift und sprachliche Texte gebunden. Text wird in der Forschung häufig als konzeptuelle (und nicht mediale) Kategorie verwendet, die sich auf einen sinnschaffenden Zusammenhang von Einzelelementen bezieht (vgl. Danuser 1998). Demgemäß handelt es sich bei dem Begriff ›Medientext‹ insofern um eine Dopplung, als Texte immer Speichermedien als Träger einschließen. Die Wortzusammensetzung ›Medientext‹ verhindert aber, dass der Begriff auf Schrift und sprachliche Texte reduziert wird. Auf die Bedeutungsdimension von Text als konstruierter Zusammenhang verweist bereits die Herkunft des Begriffs aus dem Lateinischen: ›textum‹ als ›Gewebe‹ oder ›Zusammenhang‹ bzw. ›texere‹ als ›weben‹, ›flechten‹ oder ›zusammenfügen‹. Sowohl der Song »Bad Guy« als auch das Musikvideo lassen sich als Medientexte verstehen. Was dabei überhaupt als Text wahrgenommen wird – als Hörgegenstand oder Analysegegenstand –, ist vom jeweiligen Hörer oder der jeweiligen Forscherin abhängig (vgl. Obert

2012: 11-14). »Hörer*innen – egal ob Analysierende, Musiker*innen, Fans oder Musikproduzent*innen – konstituieren ihren Hörgegenstand immer zugleich mit« (Binas-Preisendörfer 2024: 111).

Doch was ist nun Trans-, Inter- und Intramedialität? Mit Blick auf das vorangestellte Wortbildungselement ›Trans‹ lässt sich Transmedialität zunächst von Inter- und Intramedialität abgrenzen. Der lateinischen Bedeutung gemäß geht es bei der Intramedialität um Bezüge, die nur ein Medium involvieren. Eine intramediale Perspektive würde also beispielsweise die Beziehung zwischen den Song »Bad Guy« und dem Remix in den Blick nehmen, das Eilish mit Justin Bieber aufgenommen hat.

Hingegen verweist das lateinische ›Inter‹ der Intermedialität auf »Mediengrenzen überschreitende Phänomene, die mindestens zwei konventionell als distinkt wahrgenommene Medien involvieren« (Rajewsky 2002: 157). Dieses Überschreiten kann auch innerhalb eines Medientextes geschehen (vgl. Wolf 2018 [2014]: 184-185). So lässt sich das Musikvideo zu »Bad Guy« durch das intermediale Zusammenwirken von Bildern und Musik beschreiben. Hierbei ist auch der Begriff ›Hybridmedium‹ oder ›Medienkombination‹ geläufig (siehe unten). Sowohl ›Inter‹ als auch ›Medialität‹ beziehen sich wörtlich auf ein ›Zwischen‹, sodass der Begriff ›Intermedialität‹ ebenso semantisch eigenartig gedoppelt ist (›zwischen dem Dazwischen‹). Dennoch hat sich dieser Begriff insbesondere in der deutschsprachigen Wissenschaft im Vergleich zur Transmedialität stärker etabliert.

Im Gegensatz zur Intra- und Intermedialität werden mit Transmedialität Phänomene bezeichnet, die in mehr als einem Medium auftreten und daher als nicht-medienspezifisch gelten (vgl. Wolf 2009: 14; Rajewsky 2002: 157). Das Phänomen hat als ›Transmedia‹ vor allem in der englischsprachigen Forschungslandschaft Konjunktur. Insbesondere der Medienwissenschaftler Henry Jenkins und die Literaturwissenschaftlerin Marie-Laure Ryan haben das Konzept geprägt. Beide nehmen eine narratologische Perspektive ein, mit der sie Transmedialität als das medienübergreifende Erzählen von Geschichten definieren (vgl. Jenkins 2006: 95-96; Ryan 2005). Bei diesen transmedialen Phänomenen verbreiten sich Elemente über verschiedene Medienkanäle, um ein koordiniertes Unterhaltungserlebnis zu schaffen (vgl. Jenkins 2007).

Die Abgrenzung zwischen Trans- und Intermedialität ist im Diskurs jedoch uneinheitlich. Häufig werden unterschiedliche Phänomene unter dem Oberbegriff ›Transmedialität‹ besprochen. Ich plädiere für eine inklusive

Definition, die der Verwendung des Begriffs im englischsprachigen Diskurs folgt und in Anlehnung an Gérard Genettes Begriff der »Transtextualität« (vgl. 1993 [1982]: 9) als Oberbegriff für verschiedene Beziehungsarten zwischen und in Medientexten dient. Demnach ist Transmedialität alles, was Medientexte in Beziehung zu anderen Medientexten bringt.

Damit rückt die Idee einer Transmedialität in die konzeptuelle Nähe der literaturwissenschaftlichen Intertextualität. Tatsächlich lässt sich diese Nähe schon in Marsha Kinders *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles* (1991) finden. Das Buch gilt als erste Medienanalyse, die eine transmediale Perspektive einnimmt. Dort schreibt sie:

»The most casual glance at Saturday morning American network television yields many examples of transmedia intertextuality among television, movies, and toys. Even in the early days of radio and television, the purchase of a sponsor's product or a program-related premium (like the *Captain Midnight* decoder offered in 1942, or the *Captain Video* board game and *Cisco Kid* writing tablet offered in 1950) was frequently used to rate a show's popularity, but by the 1980s this intertextuality and its commodification had been greatly elaborated and intensified.« (Kinder 1991: 40)

Die »Teenage Mutant Ninja Turles« dienen Marsha Kinder sodann als Beispiel für ein Franchise, das »transmedia intertextuality« als kommerzielle Strategie nutzt. Bereits mit dem Aufkommen des Begriffs wurde Transmedialität also im Zusammenhang mit Intertextualität gedacht. Nicht unerwähnt soll bleiben, dass die Literaturtheoretikerin Julia Kristeva, die Ende der 1960er Jahre die Theorie der Intertextualität begründete, ebenso die Metapher des Mosaiks mobilisierte: »Jeder Text baut sich als Mosaik von Zitaten auf, jeder Text ist Absorption und Transformation eines anderen Textes« (1972 [1967]: 348). Daran anschließend ließe sich Transmedialität als eine Eskalation der Intertextualität oder auch als eine Intertextualität 2.0 verstehen.

Transmediale Phänomene entstehen, wenn Medientexte in einem Bezugsrahmen zusammenlaufen. In der Popkultur bilden häufig Songs, Stars oder Personae solche Rahmen (vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch). Transmedialität ist damit der Sammelbegriff für verschiedene Phänomene, die sich durch das emergente Zusammenwirken von verschiedenen

Medien und Medientexten auszeichnen. Was auch immer in Beziehung zum Song und zum Star gesetzt wird, lässt uns dabei die Musik und die Person anders wahrnehmen – wie bei zwei Wörtern, die in Kombination etwas anderes bedeuten als die Bedeutung der separaten Einzelwörter. Emergenz meint in diesem Zusammenhang also ein System, in dem neue Bedeutungen in Folge des Zusammenspiels seiner Elemente herausgebildet werden. Diese Elemente stehen in Wechselwirkung zueinander, sodass sich das Ganze nicht auf Grundlage der einzelnen Komponenten vorhersehen lässt.

6.3 Typologie: Ein Ordnungsversuch

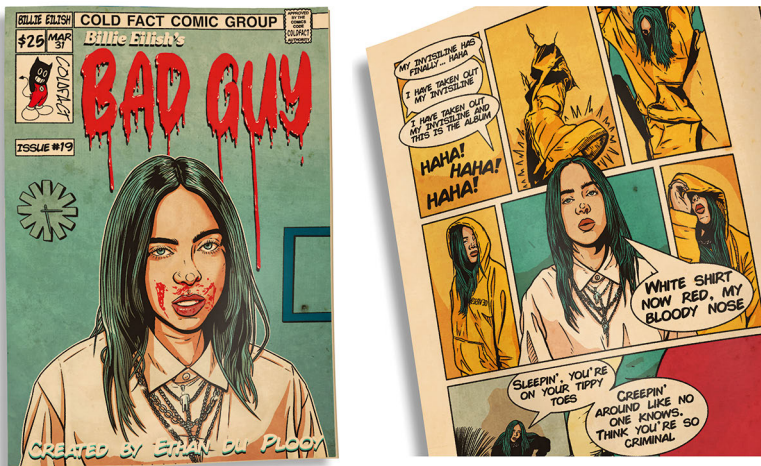
In der deutschsprachigen Trans- und Intermedialitätsforschung sind vornehmlich die Forschungsarbeiten der Literaturwissenschaftlerin Irina Rajewsky und des Anglisten Werner Wolf einschlägig. Beide entwickeln Typologien, die versuchen, die Gegenstände auf Grundlage gemeinsamer Eigenschaften zu ordnen und in verschiedene Typen einzuteilen. Im Folgenden orientiere ich mich insbesondere an diesen Typologien von Rajewsky (2002) und Wolf (2018 [2014]), um eine transmediale Rezeptionsweise von Eilishs »Bad Guy« herauszuarbeiten. Ein Schaubild (vgl. Abb. 6.2) fasst die Typologie zusammen.

Medienkombinationen (auch »Hybridmedien« oder »Plurimedialität« genannt) zeichnen sich dadurch aus, dass mindestens zwei als verschieden wahrgenommene Medien materiell präsent sind. Zu den Medienkombinationen zählen Filme, Opern oder eben unser Musikvideo zu »Bad Guy«. Bereits auf diese Form trifft das zu, was oben als emergentes Zusammenwirken bezeichnet wurde. Dies lässt sich mit einem Gedankenexperiment nachvollziehen: Wenn wir das Musikvideo zum Song »Bad Guy« (oder einem anderen Beispiel) nicht kennen, könnten wir uns ein mögliches Musikvideo ausmalen. Wie könnte dieses aussehen, welche Personen könnten mitspielen, was würde in diesem Video passieren? Andersherum könnten wir uns auch das (oder ein anderes) Musikvideo ohne Ton anschauen und uns fragen, wie die dazugehörige Musik klingen könnte. Wenn wir uns dann mit der vollständigen audiovisuellen Erfahrung konfrontieren, werden wir in der Regel eine Wechselwirkung feststellen: Die Bilder verändern unsere Wahrnehmung der

Musik und die Musik verändert unsere Wahrnehmung der Bilder – ein Umstand, der bereits musikpsychologisch belegt ist (vgl. Cohen 2013).

Beim **Medienwechsel** handelt es sich um Transformationen eines Medientextes in ein anderes Medium, wobei üblicherweise nur Letzteres materiell präsent ist. Hierzu zählt etwa die Verfilmung eines Romans. Die materielle Absenz des Ursprungsmediums meint, dass in diesem Fall der Text des Romans nicht im Film erscheint (gleichwohl verbindet die Verwendung von Sprache sowohl Literatur als auch Film im Sinne eines verbalen Medientyps). Als Beispiel für einen Medienwechsel kann der vom neuseeländischen Künstler Ethan Du Plooy produzierte Comic »Billie Eilish's Bad Guy« dienen. Bereits das Cover mit dem Titel lenkt die Rezeption auf einen Vergleich zwischen Comic und Musikvideo (vgl. Abb. 6.1). Dass der Comic das Musikvideo nachbildet, wird sofort auf der ersten Seite ersichtlich, auf der Billie Eilish als Comic-Figur den Songtext mittels Textblasen spricht bzw. singt und die Comic-Panels Kameraeinstellungen aus dem Musikvideo reproduzieren. Durch diese starke Ähnlichkeit entsteht eine Illusionsbildung, die das Musikvideo durch die Mittel des grafischen Erzählens des Comics aufruft.

Abb. 6.1: »Billie Eilish's Bad Guy«-Comic von Ethan Du Plooy.



Abbildungsquelle: <https://www.coldfact.store/products/bad-guy-parody-comic-remastered> (24.02.2025).

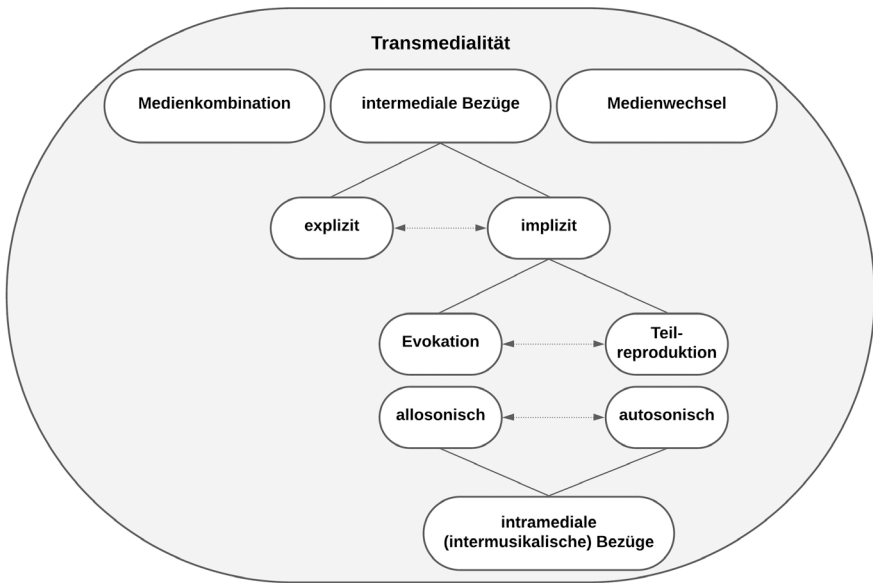
Eine vollkommene materielle Absenz des Ursprungsmediums ist bei Medienwechseln von Medienkombinationen oft nicht gegeben. Wenngleich im Comic keine Musik erklingt, zeichnen sich Musikvideo und der besprochene Comic etwa durch Sprache aus (verbaler Medientyp) und es ließe sich durchaus argumentieren, dass Comics durch ihre visuelle Gestaltung auch Klänge vermitteln können (vgl. Wilde 2017; Hague 2014: 34–62). Hieran wird sogleich deutlich, dass die semiotische Unterscheidung verschiedener Medien eine Konstruktion ist, die häufig keine eindeutigen Zuordnungen zulässt: So hat Sprache auch auditive und visuelle Qualitäten (*Sprachmelodie* und *Schriftbild*), und das Musikvideo setzt sich als Medienkombination aus Elementen aller Medientypen zusammen (verbal, visuell und auditiv).

Die **intermedialen Bezüge** bilden den letzten Bereich. Diese Kategorie ist komplizierter und differenzierter als die vorherigen, weil sie sich in weitere Unterkategorien aufteilt. Für die Fragestellung des vorliegenden Kapitels von Bedeutung ist insbesondere die Unterscheidung zwischen expliziten und impliziten Bezugnahmen, wobei sich Letztere in die weiteren Unterformen Evokation und Teilreproduktion aufteilen (vgl. Abb. 6.2).

Bei einem **expliziten Bezug** wird ein anderer Medientext ausdrücklich thematisiert, z.B. in Form eines Nennens oder Zeigens. Auf diese Weise wird über den Medientext, der explizit referenziert wird, häufig diskutiert oder reflektiert. Solche deutlichen Thematisierungen finden sich etwa in Interviews, in denen über den Song gesprochen oder geschrieben wird. So haben Eilish und ihr Bruder und Musikproduzent Finneas O'Connell in Interviews erzählt, dass sie den Signalsound einer Fußgängerampel in Sydney in den Song als Sample integriert haben (ein weiteres – *intramediales* – Mosaiksteinchen).³ Auch das vorliegende Buch stellt eine explizite Bezugnahme her, indem es mit den Mitteln des kontaktnehmenden Mediums (Text) über Eilishs »Bad Guy« und das fremdmediale System (Musik/-video) reflektiert.

3 Vgl. z.B. »The Breakdown: Billie Eilish and Finneas on »Bad Guy«« im *Rolling Stone* (16. Dezember 2019; ab 07:00): <https://www.rollingstone.com/music/music-news/billie-eilish-bad-guy-finneas-song-breakdown-video-882603/> (10.03.2024).

Abb. 6.2: Schaubild.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Der **implizite Bezug** baut insofern auf die explizite Referenz auf, als der explizite häufig als Rezeptionslenkung Voraussetzung für den impliziten Bezug ist. Im Gegensatz zu expliziten geht mit impliziten Bezügen eine Imitation eines anderen Medientextes einher, die eine Illusionsbildung durch Ähnlichkeitsbeziehung herstellt. Die Ausgestaltung dieser Ähnlichkeitsrelation definiert die weiteren Unterformen »Evokation« und »Teilreproduktion« des impliziten Bezugs.

Die **Evokation** stellt ein imitatives Verfahren dar, das ästhetische Qualitäten des Fremdmedialen illusorisch hervorruft. Zur Evokation gehört etwa der Abdruck von Songlyrics. Die Textformatierung von Lyrics signalisiert häufig Sinneinheiten (Verse, Strophe, Chorus; vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch), die mit musikalischen Formabschnitten einhergehen. Dadurch entsteht eine Ähnlichkeitsbeziehung zwischen der Struktur eines Textes und der Struktur eines Songs, die uns vielleicht den Song hören lässt, wenn wir die dazugehörigen Worte in dieser Form geordnet sehen. Lyrics lassen sich somit als formale Imitation eines Songs verstehen. Hierbei partizipiert auch das für Lyrics typische Schriftbild durch Zeilenumbrüche. Das Schriftbild kann auf

diese Weise einen Rhythmus und eine Form vermitteln, die mit der Musik korrelieren. Würde man den Songtext hingegen im Blocksatz lesen, wäre die Evokation vermutlich deutlich geringer ausgeprägt (vgl. Tab. 6.1). Die Lyrics erzeugen also eine klangliche Vorstellung des Songs mit den Mitteln des Textes.

Tab. 6.1: Auszug aus den Lyrics zu »Bad Guy« mit verschiedenen Schriftbildern.

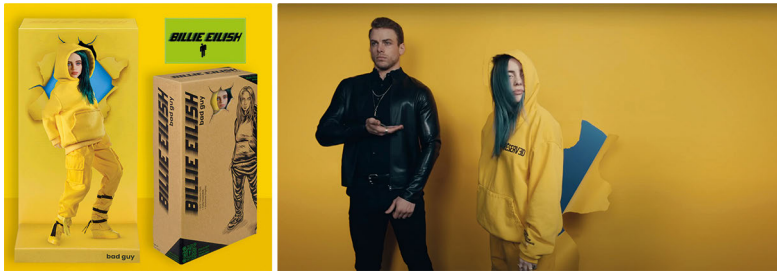
So you're a tough guy Like it really rough guy Just can't get enough guy Chest always so puffed guy I'm that bad type Make your mama sad type Make your girlfriend mad tight Might seduce your dad type I'm the bad guy Duh	So you're a tough guy. Like it really rough guy. Just can't get enough guy. Chest always so puffed guy. I'm that bad type. Make your mama sad type. Make your girlfriend mad tight. Might seduce your dad type. I'm the bad guy. Duh.
--	---

Der Evokation gegenüber steht die **Teilreproduktion**, bei der die fremdmedial bezogene Illusionsbildung und der Als-ob-Charakter stärker ausgeprägt sind. Während die Evokation tendenziell das Fremdmediale in der Vorstellung der Rezipient*innen hervorruft, sind bei der Teilreproduktion Elemente oder Strukturen des Fremdmedialen tatsächlich im Bezug nehmenden Medientext präsent. Auch diese Kategorien sind keineswegs trennscharf. Stattdessen ist es sinnvoller, die impliziten Bezugnahmen in einem Spektrum zwischen den Polen Evokation und Teilreproduktion zu denken (vgl. die Pfeile zwischen den Kategorien in Abb. 6.2). Beim Ersteren handelt es sich um eine tendenziell abstraktere, beim Letzteren um eine tendenziell konkretere intermediale Bezugnahme.

Als Beispiel für die Teilreproduktion kann die Bandai-Puppe »Billie Eilish Bad Guy« fungieren. Bereits die Verpackung mit dem Titel lenkt die Rezeption im Sinne einer expliziten Bezugnahme auf den Vergleich zwischen Puppe und Musikvideo. Die Puppe und das dazugehörige Diorama stellen die markante Anfangsszene aus dem Musikvideo nach: Eilish trägt dort türkises Haar, eine gelbe Hose, gelbe Schuhe und einen gelben Hoodie mit über den Kopf gezogener Kapuze. Sie steht vor einer gelben Papierwand, aus der sie sich zu Beginn herausgetreten hat. Das Gelb von Eilishs Kleidung und der Papierwand hat denselben hellen Ton; die Farbe hinter dieser Papierwand ist an Eilishs Haarfarbe angelehnt. Diese markante Farbgebung und der Umstand, dass es sich

um den Beginn des Musikvideos handelt, bieten sich für eine Nachbildung an, die leicht als solche identifiziert werden kann (vgl. Abb. 6.3).

Abb. 6.3: Bandai-Puppe »Billie Eilish Bad Guy« mit Diorama im Vergleich zum Musikvideo »Bad Guy«.



Abbildungsquelle: <https://forbiddenplanet.co.uk/billy-eilish-fashion-doll-and-figure-with-dioramas/> (24.02.2025).

Als Grenzfall der Imitation erzeugt die Teilreproduktion einen Überschneidungsbereich zur Kategorie des Medienwechsels (vgl. die Nähe zwischen den beiden Kategorien in Abb. 6.2). Bereits die besprochenen Beispiele machen deutlich, dass der Übergang zwischen Medienwechsel und Teilreproduktion fließend ist. Sowohl die Puppe als auch der Comic reproduzieren Elemente aus dem Musikvideo. Das Unterscheidungskriterium zwischen Medienwechsel und intermedialen Bezügen ist hier insofern quantitativer Natur, als es danach fragt, ob es sich eher um eine punktuelle Referenz im Besonderen oder eine Transformation im Allgemeinen handelt. Anders ausgedrückt: Welchen Grad an Eigenständigkeit weist der Medientext auf? Der Comic ließe sich demgemäß als Medienwechsel und die Puppe als intermedialer Bezug klassifizieren. Während die Puppe gewissermaßen auch als Eilish-Puppe im Allgemeinen »funktioniert«, ist die Reproduktion des konkreten Musikvideos zu »Bad Guy« im Besonderen für den Comic zentral. Dass es keine klaren Grenzen zwischen diesen Kategorien gibt, vertiefen wir weiter unten.

Intermediale Bezüge auf Musik können per definitionem nur von fremdmedialen Medientexten ausgehen. Um aber auch die Verhandlung von Musik in der Musik zu berücksichtigen, müssen wir unsere Typologie durch die Kategorie **intramedialer Bezüge** ergänzen. Hierbei können wir die Unterformen übernehmen, wobei Evokation und Teilreproduktion weiterhin als Pole eines

Spektrums verstanden werden. Diese Pole lassen sich mit den Begriffen »allosonisches« und »autosonisches Zitieren« verknüpfen, die Serge Lacasse (2000) – auf Nelson Goodman aufbauend (1976 [1968]) – in die Popular Music Studies eingeführt hat. Das allosonische Zitat bezieht sich auf eine abstrakte musikalische Struktur, die klanglich nachgebildet wird. Dies kann etwa ein Musik-Cover auf YouTube sein. Das autosonische Zitat meint hingegen die Wiederverwendung von aufgenommenem Klang. Hierzu zählt beispielsweise die Verwendung von präexistente Samples. Während allosonisches Zitieren also im Sinne der Evokation bestimmte musikalische Qualitäten des Songs aufruft, kommt autosonisches Zitieren einer Teilreproduktion in Copy-and-Paste-Manier nahe, indem präexistente Musikaufnahmen (oder Abschnitte aus diesen) direkt übernommen scheinen.

Letzteres ist beispielsweise beim »Seize the Day«-Trailer für das erfolgreiche Videospiel *Cyberpunk 2077* (CD Projekt RED 2020) der Fall.⁴ Im Trailer tritt der Schauspieler Keanu Reeves auf, der im Spiel auch den Avatar und die Stimme für den Terroristen und Rockstar Johnny Silverhand liefert. Im Verlauf des gesamten Trailers erklingt Billie Eilishs »Bad Guy« als autosonisches Zitat. Dennoch weicht die Musik im Trailer insofern von der Vorlage ab, als nur bestimmte Abschnitte aus dem Song erklingen. Der Trailer beginnt mit der markanten anfänglichen dumpfen Bassstimme und der Bassdrum aus dem Song, die ihn einerseits leicht erkennen lassen, andererseits aber als Hintergrundmusik genügend »Raum« für Reeves Ansprache an die Zuschauer*innen geben. Direkt nach dieser springt die Tonspur zur Headline »I'm the bad guy«, wonach eine im Vergleich zum Original verkürzte musikalische Pause zum »Duh« und dem anschließenden Synthesizer-Riff führt. Mit der letzten Ankündigung des Spiels erklingt dann der langsamere Schlussabschnitt des Songs als Hintergrundmusik. Im Trailer ist somit zwar eine präexistente Musikaufnahme zu hören (autosonisches Zitat im Sinne der Teilreproduktion), allerdings in veränderter Form, die zum einen ein schnelles Erkennen ermöglicht und zum anderen die Verwendung als Hintergrundmusik bei Bewerbung des Videospiels gewährleistet.

Während die Verwendung von »Bad Guy« im *Cyberpunk 2077*-Trailer einer Teilreproduktion entspricht, tendiert die filmische Adaption des Songs in der Netflix-Serie *Bridgerton* (ab 2020) zur Evokation. In einer Ballszene in der 3. Fol-

4 Der Trailer ist online verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=U8qJc6znZc> (13.03.2024).

ge der ersten Staffel (ab 00:05:00) erklingt »Bad Guy« in einem Arrangement für Streichquartett von Kathy McMillen. Die vom Vitamin String Quartet eingespielte Musik lässt uns den Tanzball der Londoner High Society des frühen 19. Jahrhunderts mit gegenwärtigen musikkulturellen Kontexten der Partner*innensuche assoziieren. Gleichzeitig verdeutlichen die in dieser Szene dargestellten Instrumente, der historisch anmutende Tanz zur Musik und die Art und Weise, wie diese Musik erklingt, die historische Distanz. Die musikalische Adaption ruft konkrete melodische, harmonische und rhythmische Qualitäten von »Bad Guy« auf, wobei die gleichzeitigen Abweichungen die anachronistische Verwendung markieren. Während das autsonische Zitat im Videospiel-Trailer auf ein schnelles Erkennen des Songs zielt, steht bei diesem allosonischen Zitat der Überraschungseffekt im Vordergrund. Dies lässt sich an zahlreichen YouTube-Kommentaren nachvollziehen, in denen Verwunderung über die Musikauswahl und -realisierung geäußert wird. Folgende Kommentare wurden etwa unter einer auf YouTube hochgeladenen Audioaufnahme geschrieben:

»I nearly died from laughing so hard when I realized they were playing this in the episode 😂«

»I was like: »wait is this bad guy playing?«

»It took me way too long to realize what this song was in the episode«

»I think i was so confused when i realized that they played it. I just screamed »Omg its it, its just genius«⁵

Darüber hinaus finden sich zahlreiche Kommentare unter YouTube-Videos dieses Arrangements, die sich der typischen Phrase »X brought me here« bedienen, in diesem Fall »*Bridgerton* brought me here«. Unter dem Performance-Video des Songs vom Vitamin String Quartet lautet der Kommentar mit den meisten Likes: »Can't lie Bridgerton really brought me here and after that I've been watching every cover now« (Stand März 2024).⁶ Diese für die Netzkultur typische Phrase kommuniziert die transmediale Rezeptionsweise als ein kausales und

5 Das YouTube-Video ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=u3UVOjiorHE> (21.03.2024).

6 Die Aufnahme (im visuell sehr abweichendem Gewand) ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=PWUbCwmBmgE> (13.03.2024).

räumliches Phänomen, bei dem Medientexte ihre Rezipient*innen zu anderen Medientexten »führen«, indem sie sich auf diese beziehen.

All die besprochenen verschiedenen Medientexte machen das aus, was unter »Bad Guy« verstanden werden kann. Es versteht sich von selbst, dass es noch zahlreiche weitere Medientexte gibt, die sich dem Phänomen »Bad Guy« zuordnen lassen: von der Neuaufnahme mit Justin Bieber über die Gestaltung des CD-Covers bis hin zur Version für Player Piano in der Serie *Westworld* oder Eilishs Auftritt in den *Simpsons*. Auch die zahlreichen Fan-Covers im Internet wurden keiner genauen Analyse unterzogen. Das Ziel des vorliegenden Kapitels war es, eine Typologie der transmedialen Rezeptionsweise anhand ausgewählter Beispiele zu skizzieren. Diese systematisch-klassifikatorische Perspektive versucht, die Vielfalt an Medientexten, die in Beziehung zu Eilishs »Bad Guy« stehen, zu überblicken und zu ordnen.

Wie im Verlauf des Textes an mehreren Stellen deutlich wurde, laufen Typologien immer Gefahr, klare Grenzen zwischen den Kategorien zu suggerieren. Dass dies aber zumeist nicht der Fall ist, zeigt sich bereits auf der ersten Ebene der vorgestellten Typologie (Medienkombination, Medienwechsel, intermediale Bezüge). Der erwähnte Comic soll dies abschließend verdeutlichen: Der Comic stellt zunächst einen **Medienwechsel** dar, weil es sich um die Transformation eines Medientextes (Musikvideo) in einen anderen (Comic) handelt. Dabei sind sowohl Comic als auch Musikvideo **Medienkombinationen**. Der Comic ist also ein Medienwechsel einer Medienkombination (Musikvideo, d.h. visuell, verbal und auditiv), wobei der Comic eine weitere Medienkombination darstellt (visuell, verbal und ggf. auditiv). Darüber hinaus lässt sich der Comic auch mit Blick auf die Kategorie der **intermedialen Bezüge** analysieren: Das Cover lenkt die Rezeption bereits im Sinne einer **expliziten Bezugnahme**, indem es die Referenz auf Eilishs Musikvideo ausdrücklich thematisiert. Diese Rezeptionslenkung schafft mitunter die Voraussetzung für die **implizite Bezugnahme**, die Qualitäten des fremdmedialen Musikvideos aufruft. Und auch auf dieser Ebene haben wir Charakteristika sowohl einer Evokation als auch Teilreproduktion. Während die Gestaltung der Comic-Panels und das grafische Erzählen die filmische Gestaltung des Musikvideos im Sinne einer **Teilreproduktion** aufrufen, lehnen sich das Schriftbild und die Gestaltung der Textblasen an den lyrischen Schreibmodus des Songtextes an, der wiederum im Sinne einer **Evokation** musikalische Sinnabschnitte des Songs vergegenwärtigen mag. Der Comic

verdeutlicht also, dass ein einziges Beispiel Merkmale aus vielen Kategorien der Typologie aufweisen kann.

Die Kategorien sind mithin eng miteinander verbunden und weisen zahlreiche Überschneidungen auf. Letztlich geht es jedoch nicht darum, mithilfe von Beispielen eine Typologie zu bestätigen. Im Gegenteil, eine Typologie ist nur sinnvoll, wenn sie uns als analytische ›Werkzeugkiste‹ Phänomene besser verstehen lässt.

6.4 Schluss: Billie Eilish als Mosaik

Der vorherige Abschnitt zeigt, dass sich Transmedialität weniger als Theorie denn Methode verstehen lässt, nämlich als das In-Beziehung-Setzen von verschiedenen Medientexten – wie im eingangs angeführten KI-Experiment von YouTube. Die Medientexte können unter bestimmten Gesichtspunkten äußerst verschieden sein (vom Gummihuhn-Clip bis Death-Metal-Cover). Allerdings müssen sie einen gemeinsamen Bezugspunkt haben.

Abb. 6.4: Pressebild für »Infinite Bad Guy«.



Abbildungsquelle: <https://experiments.withgoogle.com/infinite-bad-guy> (24.02.2025).

Das KI-Experiment mobilisiert ebenso die Metapher eines Mosaiks. Es wurde mit einem Bild beworben, auf dem zahlreiche Screenshots von verschiedenen Video-Covers ein Porträt von Eilish zu ergeben scheinen (vgl. Abb. 6.4). In dieser Darstellung schwingen zentrale Charakteristika einer transmedialen Rezeptionsweise mit: Erstens gehen mit jener stets Brüche zwischen verschiedenen Medien und Medientexten einher. Das transmediale Mosaik liefert kein »perfektes« Bild, sondern übergeordnete Konturen. Zweitens zeigt sich hier insofern die Emergenz von Transmedialität, als die unzähligen Screenshots in einer Weise zusammenwirken, die sich nicht auf Grundlage einzelner Screenshots vorhersehen ließe.

Nicht nur das KI-Experiment, sondern auch das dazugehörige Werbebild kann daher eine transmediale Rezeptionsweise illustrieren. Billie Eilish setzt sich hier zusammen aus unzähligen kleinen Einzelbildern. Am Beispiel von Eilish wurde die Frage, wie die verschiedenen Steinchen das Mosaik »Bad Guy« bilden und in welcher Beziehung sie zueinander stehen, als Erkenntnisinteresse der Transmedialitätsforschung definiert. Dieser Ansatz lässt sich auf einer Metaebene auf das beziehen, was Sie gerade lesen. Denn wie etwa das Gummihuhn-Cover stellen auch der vorliegende Text und das gesamte Buch Medientexte dar, die dem Eilish-Mosaik vielleicht ein kleines Steinchen hinzufügen.⁷



Weiterführende Aufgabenstellung

- Geben Sie einen bekannten Songtitel in eine Internetsuchmaschine ein. Welche Arten von Medientexten werden Ihnen in den Suchergebnissen angezeigt? In welcher Beziehung stehen diese zum Song und zum Musikvideo? Lassen sie sich anhand der Typologie einordnen?
- Gruppenarbeit: Gruppe 1 hört einen Song und überlegt sich, wie das dazugehörige Musikvideo aussehen könnte. Gruppe 2 schaut sich das Musikvideo (ohne Ton) an und überlegt sich, wie der dazugehörige Song klingen könnte. Tauschen Sie sich danach aus und schauen Sie gemeinsam das Musikvideo mit Ton: Was hatten Sie erwartet, was war überraschend? Inwiefern hat das Video Ihre Wahr-

7 Ich danke Raphael Börger und Daniel Suer für ihre kritischen und konstruktiven Kommentare zu einer früheren Version dieses Textes.

nehmung der Musik und die Musik Ihre Wahrnehmung des Videos verändert? Diese Gruppenarbeit lässt sich auch mit einer »Wortwolke« durchführen.

- Versuchen Sie sich selbst an einem Medienwechsel eines Songs bzw. Musikvideos. Wie haben Sie die Spezifika des Fremdmediums genutzt, um Charakteristika des Songs zu transformieren? Welche Schwierigkeiten und Probleme hatten Sie? Diese Aufgabe eignet sich ebenso für Gruppenarbeiten.

Songs



- Lil Nas X (feat. Billy Ray Cyrus): »Old Town Road« (2018): <https://www.youtube.com/watch?v=r7qovpFAGrQ>
- PSY: »Gangnam Style« (2012): <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19fo>
- The Kiffness x Lonely Cat: »Sometimes I'm Alone (Singing Cat)« (2023): <https://www.youtube.com/watch?v=IwLLFbC1Hoc>

Lektüreempfehlungen



Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. London und New York: New York University Press.

- » Der Medienwissenschaftler Henry Jenkins hat den Begriff »Transmedia« bzw. »Transmedia Storytelling« wohl wie kaum eine andere Person geprägt und popularisiert. Einflussreich war hierbei insbesondere das dritte Kapitel (»Searching for the Origami Unicorn«), in dem er sich dem *Matrix*-Franchise widmet. Das Phänomen *The Matrix* beschreibt er hierbei als paradigmatisches Transmedia Storytelling. Auf seinem privaten Blog hat Jenkins zudem kürzere Zusammenfassungen und Erläuterungen der Schlüsselkonzepte veröffentlicht (»Transmedia 101« und »Transmedia 202«).⁸ Wenngleich sich Jenkins nicht auf Musik bezieht, laden diese gut lesbaren Texte ein, sich tiefer mit dem Thema zu befassen und mit Blick auf Musik weiterzudenken (*Matrix*-Soundtrack!).

8 Vgl. http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (23.03.2024) und http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html (23.03.2024).

Hansen, Kai Arne (2019): (Re)Reading Pop Personae: A Transmedial Approach to Studying the Multiple Construction of Artist Identities. In: *Twentieth-Century Music* 16/3: 501-529.

- » Kai Arne Hansen verbindet die Theorie der Persona (vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch) mit einem transmedialen Ansatz, um die intertextuellen und transmedialen Prozesse zu untersuchen, durch die künstlerische Identitäten von Musiker*innen konstruiert und verhandelt werden. Dabei betont er die Wichtigkeit von etwa Social-Media-Posts, Interviews und Musikvideos. Die Persona entsteht so durch ein riesiges Netzwerk bedeutungsvoller Medientexte im komplexen Zusammenspiel.

Special Issue: *Personas, Popular Music, and Stardom in Transmedia* (= *Persona Studies* 10/1, 2024). Hg. von Steffen Just und Pascal Rudolph. DOI: <https://doi.org/10.21153/psj2024vol10no1art1974> (open access).

- » Diese Zeitschriftensonderausgabe versammelt mehrere Aufsätze und Fallbeispiele, die sich mit Popmusik und Transmedialität befassen: vom Spielfilm über TikTok bis hin zu Videospielen. Alle Texte sind online frei verfügbar.

Literatur

Binas-Preisendörfer, Susanne (2024): *Populäre Musik zwischen Musik- und Medienwissenschaften*. Baden-Baden: Rombach Wissenschaft (Intro: Musikwissenschaft).

Cohen, Annabel J. (2013): Film Music from the Perspective of Cognitive Science. In: *The Oxford Handbook of Film Music Studies*. Hg. von David Neumeyer. Oxford et al.: Oxford University Press. S. 96-130.

Danuser, Herrmann (1998): Der Text und die Texte. Über Singularisierung und Pluralisierung einer Kategorie. In: *Musik als Text: Bericht über den Internationalen Musikwissenschaftlichen Kongreß Freiburg 1993*. Hg. von dems. und Tobias Plebuch. Kassel: Bärenreiter. S. 38-44.

Du Plooy, Ethan (2023): *Billie Eilish's Bad Guy*. Coldfact (Coldfact Comics #19).

Genette, Gérard (1993 [1982]): *Palimpseste: Die Literatur auf zweiter Ordnung*. Aus dem Französischen von Wolfram Bayer und Dieter Hornig. Frankfurt a.M.: Edition Suhrkamp (Aesthetica).

- Goodman, Nelson (1976 [1968]): *Languages of Art: An Approach to a Theory of Symbols*. Indianapolis, New York und Kansas City: The Bobbs-Merrill Company, Inc.
- Hague, Ian (2014): *Comics and the Senses: A Multisensory Approach to Comics and Graphic Novels*. London und New York: Routledge (Routledge Research in Cultural and Media Studies).
- Jenkins, Henry (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. London und New York: New York University Press.
- Jenkins, Henry (2007): Transmedia Storytelling 101. Link: http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (13.03.2024).
- Kinder, Marsha (1991): *Playing With Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- Kristeva, Julia (1972 [1967]): Bachtin, das Wort, der Dialog und der Roman. In: *Literaturwissenschaft und Linguistik*, Bd. 3. Hg. von Jens Ihwe. Frankfurt a.M.: Athenäum. S. 344-375.
- Lacasse, Serge (2000): Intertextuality and Hypertextuality in Recorded Popular Music. In: *The Musical Work: Reality or Invention?* Hg. von Michael Talbot. Liverpool: Liverpool University Press. S. 35-58.
- McLuhan, Marshall (1964): *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill.
- Obert, Simon (2012): Komplexitäten und Reduktionen: Zu einigen Prämissen der Popmusikanalyse. In: *Black Box Pop: Analysen populärer Musik*. Hg. von Dietrich Helms und Thomas Phleps. Bielefeld: transcript (Beiträge zur Populärmusikforschung 38). S. 9-21
- Rajewsky, Irina O. (2002): *Intermedialität*. Tübingen und Basel: A. Francke (UTB 2261).
- Ryan, Marie-Laure (2005): On the Theoretical Foundations of Transmedial Narratology. In: *Narratology beyond Criticism: Mediality, Disciplinarity*. Hg. von Jan Christoph Meister. Berlin und New York: Walter de Gruyter (Narratologia 6). S. 1-23.
- Wilde, Lukas R.A. (2017): Die Sounds des Comics: Fünf mal mit den Augen hören. In: *Spiel* 3/2: 127-161.
- Wolf, Werner (2009): Metareference across Media: The Concept, its Transmedial Potentials and Problems, Main Forms and Functions. In: *Metareference across Media: Theory and Case Studies*. Hg. von dems. in Zusammenar-

beit mit Katharina Bantleon und Jeff Thoss. Amsterdam und New York: Rodopi (Studies in Intermediality 4). S. 1-85.

Wolf, Werner (2018): Intermedialität: Konzept, literaturwissenschaftliche Relevanz, Typologie intermedialer Formen [2014]. In: *Selected Essays on Intermediality by Werner Wolf (1992-2014): Theory and Typology, Literature-Music Relations, Transmedial Narratology, Miscellaneous Transmedial Phenomena*. Hg. von Walter Bernhart. Leiden und Boston: Brill Rodopi (Studies in Intermediality 10). S. 173-210.

7 | FANDOM

»I like it when you take control«

Svenja Reiner



Themen

Fanpraktiken, Prosuming, Fanfiction, Digitalität



Über diese Lerneinheit

Fandom galt die längste Zeit als parasoziale, potenziell gefährliche Beziehung zu einer Starperson, die v.a. junge Frauen ausbilden würden, wenn sie einen Mangel an sozialen Kontakten aufwiesen. Dieses Kapitel beleuchtet die Ursprünge dieses sexistischen Vorurteils und zeigt die emanzipatorischen Dimensionen von schambesetzten und abgewerteten Verhaltensweisen von Fans. Fandom stellt eine soziale Aktivität dar, die Einblicke in soziale Gruppendynamiken sowie gesellschaftliche, soziale, politische und kulturelle Machtstrukturen geben kann.



Lernziele

Verständnis von ambivalenten Fanpraktiken: Ich sensibilisiere mich für ein- und ausschließende Fan-Praktiken, für Gesten der Vergemeinschaftung und Hierarchiebildung.

Kritische Reflexion von Stereotypen und Werturteilen: Ich gewinne Einblicke in die Vielfalt musikbezogenen Handelns.

Analyse von Text- und Bildsymbolik: Ich lerne, Fan-Art und Fan-Texte als mehrschichtige mediale Quellen zu beschreiben und zu erkennen.

7.1 Einleitung

Im September 2019 ist Billie Eilish noch in ihrer Grünscheitel-Ära. In einem weißen Shirt und passenden Baggy Shorts, die über und über mit Tags ihres Namens verziert sind, springt sie auf der großen Bühne trotz Knöchelschiene auf und ab. 40.000 Zuschauer*innen springen und singen mit. Nicht nur der Refrain – jede Zeile von »Bad Guy« wird begleitet von dem kurz verzögerten Echo des Publikums. »Bad guy – Crowd feat (Billie Eilish)« hat ein*e User*in vor drei Jahren kommentiert – der Beitrag unter dem Video hat 325 Likes bekommen. Auf dem Mitschnitt des »Atlanta Music Midtown Fest 2019«, den der Account TheBadDangerous (22.200 Abonnent*innen) hochgeladen hat, wird die Ansicht des Bühnengeschehens immer wieder mit der Reaktion des Publikums gegengeschnitten.¹ Mit dem ersten Dröhnen von Finneas O'Connells Bass beginnt auch das Meer an Armen und Smartphones zu vibrieren; heraus sticht eine junge Frau, die auf den Schultern eines Mannes sitzt, das türkisfarbene iPhone quer in beiden Händen.

Wenn wir an Fans denken, erscheinen vor unserem inneren Auge häufig diese oder vergleichbare Szenerien: kreischende, tanzende Massen junger Menschen, häufig Frauen, die jede Songzeile kennen, horrenden Summen für ihr Ticket bezahlt haben, vielleicht schon Tage vor dem Auftritt vor der Eventlocation gezellet haben, um schließlich in der ersten Reihe stehen zu können. Solche Hingabe und Engagement steckt gewissermaßen auch schon im Ausdruck »Fan«, der etymologisch eine Nähe zum Fanatismus aufweist (vgl. Göttlich und Krishke-Ramaswamy 2003: 168) – eine Einordnung als »willenlose Anhänger*innen« einer Führungs- oder Starperson ist also auch schon in der Begriffsgeschichte angelegt. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts nannte man Theaterbesucherinnen »Fans«, wenn man zu verstehen geben wollte, dass diese (angeblich) nur an den Schauspielern, nicht aber an deren Schauspielkunst interessiert seien.

¹ Eine Aufnahme des Auftritts ist hier verfügbar: https://www.youtube.com/watch?v=Ra_gVgtellc (26.12.2024).

7.2 Fan-Stereotypen

Fandom stellt eine besondere, intensive, komplexe Beziehung von einer Person oder einer Gruppe von Menschen zu einem öffentlichen Gegenstand oder einer Starperson dar (vgl. Roose et al. 2010: 12). Bis heute haftet Fans ein Stigma an: Sie seien hysterisch, glaubten, dass »ihr« Star in sie verliebt sei oder »es« bei einer zufälligen Begegnung sicherlich passieren würde, sie seien besessene Einzelgänger*innen, würden Künstler*innen stalken, über alle Grenzen gehen, um ihren Idolen nah zu sein. Bis in die 1990er Jahre waren diese Ansichten nicht nur im öffentlichen Bewusstsein weit verbreitet, sondern wurden auch im wissenschaftlichen Diskurs unreflektiert (re)produziert. Die Bildungsforscherin Bettina Fritzsche erklärt, wie geläufig die Abwertung von jungen, weiblichen Pop-Fans in der Sozialwissenschaft war, aber auch, dass dieser Diskurs ein größeres Ziel verfolgte, indem er »die Abwertung einer bestimmten Populärkultur mit ihrer Feminisierung« verknüpfte (Fritzsche 2011: 37). Fritzsches wissenschaftliche Kolleg*innen beschrieben die von ihnen beobachteten Pop-Fans über deren Äußeres, nämlich anhand des Motivs der Zahnschere – »Kollektiv kollabierender Zahnschangenträger vor der Bühne« (Lau 1997: 229) –, ihrer Gesichter – »unscheinbare junge Mädchen [...] ganz blass oder ziemlich rot im Gesicht« (Messner 1997: 237) – oder unterstellten ihnen, dass sie sich vor lauter unkontrollierter Ekstase einnässen würden (vgl. Schaar 1997; Janke 1997). Fritzsche ordnet diese Zitate als Beleg für die angenommene Irrationalität und Unbeherrschtheit der Fans ein, deren vermeintliches erotisches Interesse an den Stars über die Beschreibung ihrer unattraktiven Körperlichkeit im gleichen Schritt verspottet wird.

Die zugeschriebenen Effekte der Star-Fan-Beziehung reichen jedoch über den Konzertraum hinaus. Die Fanforscherin Jolie Jensen zeigt, wie bereits in den 1950er Jahren in den Sozialwissenschaften der Eindruck vom gefährlichen Fandom entstand (vgl. Jensen 1992): Die Soziologen Donald Horton und R. Richard Wohl entwickelten mit Blick auf die immer wichtiger werdenden Massenmedien (Radio und Fernsehen) das Konzept der »parasozialen« (d.h. einseitigen, asymmetrischen) Beziehung zwischen Medienfigur und Nutzer*in, die Fans aber als wechselseitig und intim wahrnehmen würden (Horton und Wohl 1956: 217-219, 227). Ursprünglich vermutete man, dass vor allem Fernsehprogramme diese Beziehungen hervorrufen könnten. In der Rückschau wird deutlich, dass von Romanen bis zu Instagram und TikTok bei-

nah allen (sozialen) Medien dieses Potenzial zugeschrieben wurde und wird. Die Befürchtung besteht stets darin, dass Zuschauer*innen bzw. User*innen zum exzessiven Medienkonsum verführt würden, der mit einer Vielzahl von psychischen Belastungen bis hin zu Realitätsverlust einhergehe.

7.3 Gefährliche Fan-Praktiken?

Folgt man dieser Logik, ist Fandom eine besondere Ausprägung dieser Schein-Beziehung. Solche Argumente und Annahmen sind nicht neu, sie gehören zum größeren Feld der Medienwirkungsdebatten. Schon im ausgehenden 18. Jahrhundert wurde vor allem bei Jugendlichen und Frauen eine sogenannte Lesesucht diagnostiziert und besagte Leserinnen pathologisiert (vgl. Bollmann 2005; Wittmann 1999), die durch den Konsum zu vieler belletristischer Werke ausgelöst werde bzw. sich in dieser Praxis des Zuviel-Lesens manifestiere. Aus heutiger Perspektive lässt sich diese Fake-Diagnose in einen größeren kulturellen und gesellschaftlichen Kontext einordnen: Als lesesüchtig wurden vor allem diejenigen Personen befunden, die gar nicht lesen sollten. Dazu zählten Mädchen und Frauen der neuen Bürgerschicht, zu deren Aufgaben im Alltag vor allem die häusliche Arbeit gehörte. Freie Zeit für Lektüre von Romanen, die »die Phantasie reizten, die Moral verdürben und von der Arbeit ablenkten« (Wittmann 1999: 446), war nicht vorgesehen. Die Motive hinter der Warnung vor diesen vermeintlich schädlichen Lese- bzw. Medieneffekten waren machtpolitischer Natur. Der gesellschaftliche Status Quo sollte aufrechterhalten werden:

»[I]n der Regel wurde vor lesenden Frauen gewarnt, weil in ihrem Kopf etwas passierte, das nicht zu den dominanten Lebensplänen passte, die andere für sie machten. Lesen stellt nicht nur Lebensentwürfe in Frage, sondern auch Vorgaben höherer Instanzen wie Gott, Gatte, Regierung, Kirche. [...] alles Unkontrollierbare macht Angst. Gerade die, die unkontrollierbare Macht ausüben (Gott, Gatte, Regierung, Kirche!), wissen das.« (Bollmann, 2005: 219)

Auch die negativen Zuschreibungen und Vorurteile gegenüber Fans kann man daran anschließend machtpolitisch einordnen. Als prototypisches Fan-Phänomen gelten die Anhänger*innen der sogenannten Beatlemania, also

diejenigen Fans, die 1964 für die Beatles kreischten und die von Medien, der Wissenschaft und der Gesellschaft als hysterische Masse belächelt und lächerlich gemacht wurden. Gerade am Beispiel der weiblichen Beatles-Fans erklären die Wissenschaftlerinnen Barbara Ehrenreich, Elizabeth Hess und Gloria Jacobs (1992) das feministisch-revolutionäre Potenzial von Fandom. Sie interpretieren das Kreischen der zehn- bis vierzehnjährigen Mädchen als emanzipatorische Praxis der Selbst- und gemeinschaftlichen Vergewisserung, als Schreien gegen die eindimensionale Zukunft, die die US-amerikanische Gesellschaft in den 1960er Jahren für sie vorsah: Eheschließung, Mutterschaft, Umzug in die Vorstadt. Das Leben als Hausfrau – Beruf und Berufung.

Die weibliche Teenagerkultur in den USA war bis Ende der 1980er Jahre eine »Kultur der eigenen vier Wände«, in der es üblich war, dass Mädchen sich in ihren Kinderzimmern trafen und sich nicht im öffentlichen Raum aufhielten wie ihre männlichen Altersgenossen (McRobbie und Garber 1991). Vor diesem Hintergrund sind auch die Ähnlichkeiten zwischen den damaligen Fan-Aufmärschen und den politischen Demonstrationen der sogenannten »Frauenbewegung« nicht zufällig: Bei feministischen Protesten, aber auch beim Zusammenkommen als Fans, trugen die jungen Frauen Schilder, sangen und schrien gemeinsam, durchbrachen Polizeiketten und leisteten Widerstand gegen die öffentliche Ordnung. Eine Ordnung, die andere für sie gemacht hatten und der sie sich nicht länger fügen wollten.

Auch das Schreien in den Konzerträumen war laut; so laut, dass die Fans immer wieder das elektrisch verstärkte Bühnengeschehen übertönten. Alleine um das Potenzial des Unterbrechens zu wissen, stattete die Fans mit Agency aus, d.h. situativer Handlungsmacht. Die vermeintliche Rollenverteilung – Stars musizieren und das Publikum hört zu – wurde umgedreht: Auf einmal waren die Fans die Show, konnten mit ihren Stimmen international erfolgreiche Männer übertönen! Auch in den Interviews können Ehrenreich und ihre Kolleginnen zeigen, dass diese Mädchen nach mehr Unabhängigkeit strebten (vgl. Ehrenreich et al. 1992). Viele identifizierten sich mit den Beatles, bewunderten und beneideten sie für ihre Freiheit, ihre Unabhängigkeit, ihren Eigensinn und sahen sie als Vorbilder, nicht als Love Interests.

Bei der Betrachtung von Fans – in der Analyse ihres Verhaltens, ihrer Kleidung, ihrer Diskussionen usw. – kann man nicht nur viel Fan-Wissen kennenlernen. Man kann Fan-Kulturen auch mit Blick auf die Gesellschaft

und deren soziale Werte und Normen analysieren. Entsprechend der Schwerpunkte der intersektionalen Analyse (vgl. Identität-Kapitel im vorliegenden Buch) haben auch Wissenschaftler*innen der sogenannten »Fan Studies« in ihren Forschungsarbeiten besonders auf Aspekte wie Race, Gender, Sex, Age und Class geachtet. Diese Identitäts- und Sozialisationsmarker sorgen auch für Unterschiede in Fan-Gruppen der gleichen Stars. Die Fan-Forscher*innen Henry Jenkins und Camille Bacon-Smith konnten bereits innerhalb der USA Unterschiede zwischen Autor*innen von Fan-Fiction feststellen: Die von Jenkins untersuchte Gruppe Studierender und urbaner queerer Aktivist*innen verfolgte andere Fan-Praktiken als die von Bacon-Smith untersuchten Hausfrauen und Einzelhandelsarbeiter*innen in Vorstädten Pennsylvanias (vgl. Sandvoss 2005: 22-28). Entsprechend lässt sich fragen: Bedeutet Billie Eilish für ihre Fans in Nordkorea dasselbe wie für ihre deutschen Fans? Welche Inhalte verhandeln vierzehnjährige Eilish-Fans auf TikTok – im Gegensatz zu queeren Fans Mitte 40?

7.4 Fans als Prosumer

Fans kreischen bis heute. Auf dem zuvor beschriebenen Konzert des »Atlanta Music Midtown Fest 2019« sind die Fans hörbarer Teil der Show. Nicht nur sind sie Grund und Anlass für Eilishs Auftritt, sie erzeugen mit ihrem Gesang eine akustische Co-Präsenz und die atmosphärische Resonanz, die es für einen gelungenen Auftritt braucht. Der Musikerin ist dies bewusst, sie reagiert auf die Performance des Publikums, fordert sie zum Klatschen auf, hält die Hand an das Ohr, was sofort den Gesang vor der Bühne verstärkt. Der (einst instrumentale) Postchorus des Songs, der sich an die Headline »I'm the ba-a-a-ad... gu-u-y-y... duh« anschließt (vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch), ist jetzt vom Jubel der Fans erfüllt. Als Reaktion auf diese vokale Übernahme überlässt Eilish den Fans auch die zweite Interpretation des Chorus und richtet das Mikrofon auf die Menge, während sie selbst nur unverstärkt mitsingt. Die Performance ist ein Duett zwischen Star und Fans, das deren Gemeinschaftlichkeit in Form der klanglichen Kooperation betont sowie Eilish gleichzeitig zur Showmasterin und zu einer von den vielen Frauen vor der Bühne macht: »I like it when you take control«.

Auch außerhalb des Konzertraums lassen sich komplexe Beziehungen zwischen Stars und Fans beobachten. Während der Besuch eines Tourtermins auch für hartgesottene Fans eine tendenziell außeralltägliche Erfahrung darstellt, finden in digitalen Räumen alltägliche Fan-Praktiken statt. Dort posten Fans Fotografien, Textzeilen, Ausschnitte aus Songs, entwerfen digitale Fanzines, covern oder komponieren eigene Lieder, arbeiten an Videos, Fan-Wikis oder schreiben Fan-Fictions, eine Form der Literatur, die von Fans erdacht wird, sich aber an einem bereits bestehenden Originalwerk (wie Filmen, Fernsehserien, Büchern usw.) oder real existierenden Menschen (Schauspieler*innen, Musiker*innen, Sportler*innen usw.) orientiert. Oft benutzen diese Arbeiten mediale Inhalte, die Billie Eilish ursprünglich selbst erstellt hat – entsprechend lautet der Oberbegriff, den Alvin Toffler (1980) für diese Aktivitäten entwickelt hat, »Prosuming« (ein Kofferwort aus »Producing« und »Consuming«): Fans konsumieren die Inhalte der Stars nicht nur, sondern produzieren auf deren Basis auch Eigenes. Mit dem Anstieg von verfügbarer Freeware wie GIMP, Audacity oder Canva sowie integrierten Bearbeitungsprogrammen auf Plattformen wie YouTube, Instagram und TikTok ist die Herstellung von Fan-Art immer einfacher geworden. Über soziale Netzwerke erreichen manche Medienprodukte ein großes Publikum. Ging man früher noch davon aus, dass Fans einen naiven Blick auf ihre Stars hatten und durch deren Inhalte und Ansichten beeinflussbar wären, löste das Konzept von Prosuming die Vorstellung von »passiven Fans« ab. Nicht nur anhand der Diskussionen in Kommentarspalten bei YouTube, Instagram oder TikTok kann man beobachten, dass Fans sich kritisch und genau mit ihren Fan-Objekten beschäftigen. Auch bei der Analyse von z.B. Fan-Fictions (fics) oder Fanzines ist erkennbar, wie Fans Hintergrundwissen zusammentragen, vielschichtige Interpretationen von Songtexten erarbeiten, aber auch Storylines weiterschreiben, die Genderidentitäten der Figuren verändern, Nebenfiguren in den Mittelpunkt rücken oder ganz neue Charaktere erfinden.

7.5 Vorurteile von Fan-Fiction

Aus literaturwissenschaftlicher Perspektive werden schreibende Fans herkömmlich der Rezeptionsseite zugerechnet und gelten als schriftstellerische Dilettant*innen – ihre Aktivität wird vor allem über ihr vermeintliches Nicht-

Können perspektiviert, also über eine Eigenschaft, die sie von ›echten‹, d.h. professionellen Autor*innen unterscheidet. Eine weitere Differenz besteht in der ausbleibenden Anerkennung durch das literarische Feld, d.h. darin, dass die Texte von Fan-Fiction-Autor*innen üblicherweise nicht von Verlagen gekauft, im Buchhandel verkauft und durch die Literaturkritik besprochen werden (vgl. Ingelmann und Matuszkiewicz 2017: 304-305). Entsprechend passt auch die Ästhetik dieser Texte selten in die hochkulturellen Bewertungsschemata für Literatur. Manchmal wird diese Eigenschaft positiv gerahmt – Fan-Fictions gelten in dieser Perspektive als »produktions- wie rezeptionsseitig besonders niedrigschwellige ›Literatur von unten‹ (Mauermann und Bendel 2012), als ›demokratisches Genre‹ (Pugh 2006)« (Stemberger 2021: 20), an dem tendenziell alle partizipieren, d.h. mitschreiben können. Gerade wenn ihre Texte (queere) Identität, Erotik oder Sexualität verhandeln, laufen die Autor*innen Gefahr, verspottet zu werden; sowohl von anderen Fans innerhalb ihrer Fan-Community als auch von außenstehenden Personen (vgl. Kelley 2021: 119). Sehr deutlich wird der Clash zwischen Fan-Fiction-Community und Außenwelt bei einem Vorfall, der sich im Jahr 2013 bei der Folgenpremiere der BBC-Serie *Sherlock* (*The Empty Hearse – Der leere Sarg*, S01E03) ereignete. Die Journalistin und Autorin Caitlin Moran forderte die Hauptdarsteller Benedict Cumberbatch und Martin Freeman bei den Feierlichkeiten auf der Bühne des British Film Institutes auf, eine Fan-Fiction vorzulesen, die Teil einer *John-lock*-Serie war, also eine romantische Beziehung zwischen den ursprünglich heterosexuell angelegten Charakteren Sherlock Holmes und John Watson imaginierte. Als dieses Ereignis publik wurde, postete die Verfasserin der Fan-Fiction in ihrem Statement auf tumblr: »Thank you for spoiling something I found joy in. Thank you for humiliating me, taking my writing out of context without permission, belittling it and using it to embarrass actors who I deeply admire« (zitiert nach Professorfangirl's Bordello of Learning 2013).²

Die Medienwissenschaftlerin Bethan Jones ordnet diese Ereignisse als Konflikt zwischen der Privat-Öffentlich-Dichotomie ein. Die Grenzen zwischen dem, was öffentlich und was privat ist, so Jones, verschwimmen häufig. Jedoch existiert für viele Szenarien außerhalb des Internets bereits eine

2 Vgl. hierzu den »Morangate« Round Up Post« auf dem tumblr von *Professorfangirl's Bordello of Learning*: <https://professorfangirl.tumblr.com/post/70517731758/morangate-round-up-post> (09.04.2025).

Verhaltensetikette. Ein Gespräch zwischen Freund*innen in einem Café, ein Streit in einem Supermarkt, all das sind private Akte im öffentlichen Raum. Tendenziell würde man diese Vorfälle nicht filmen und später einem Publikum vorführen. Im Falle von Fan-Fiction-Communities, deren Foren öffentlich zugänglich sind, adressieren die Inhalte ebenfalls ein spezifisches Publikum (vgl. Jones 2016). Die Veröffentlichung der Autor*innen dort stellen auch private Akte in einem öffentlichen Raum dar und sollten dementsprechend vorsichtig behandelt werden.

Die Frage, wie man sich als Außenstehende*r auf ethische Weise mit Fandoms beschäftigen kann, ist komplex. Auf die Analyse zu verzichten, wäre fatal. In der Untersuchung von Fan-Fictions lernt man beispielsweise nicht nur viel über das Wissen, das Fans über ihre Gegenstände haben, sondern wird auch mit den Instrumenten und Annahmen der eigenen Fachdisziplin konfrontiert. Fan-Fictions entwickeln eigensinnige Stile und ein dichtes Netz aus intertextuellen Referenzen, indem sie auf andere Texte und deren Figuren anspielen oder diese direkt zitieren (vgl. Transmedialität-Kapitel im vorliegenden Buch). Zudem stehen auch Fan-Fictions selbst in einer Tradition zueinander. Diejenigen, die am meisten gelesen werden, bilden einen Standard, auf den danach entstehende Texte wiederum referenzieren.

7.6 Beispielhafte Analyse von Fan-Fiction

In Fan-Fictions zum Song »Bad Guy«, die online veröffentlicht und geteilt werden, lassen Autor*innen Zitate aus dem Song auftauchen und binden sie in von ihnen entworfene, fiktive Szenen ein. In manchen Geschichten finden sich Anspielungen auf weitere Songs von Billie Eilish, auf Künstler*innen, mit denen Billie Eilish schon gearbeitet hat, manche Settings oder Stimmungen ähneln ihren Musikvideos, andere involvieren weitere Fandoms. In der Fan-Fiction »bad guy«³, die zu einer mehrteiligen Reihe gehört, kombiniert

3 Es gibt innerhalb der Community online-basierter Forschung einen umfangreichen Diskurs darüber, wie in digitalen Kontexten aus forschungsethischer Perspektive kommuniziert werden sollte. Hierzu gehört die Frage, wie Forschungsergebnisse, die Nutzer*innenhandeln beurteilen, in wissenschaftlichen Veröffentlichungen dargestellt werden können, so dass sie der Entgrenzung von Privatheit und Öffentlichkeit im Internet Rechnung tragen und gleichzeitig die Privatsphäre von Individuen und Online-Communities nicht verletzen

der*die Verfasser*in den gleichnamigen Song mit einem Figurenensemble aus der US-amerikanischen TV-Serie *Agents of S.H.I.E.L.D.* Die fic »bad guy« erzählt eine von dem*der Autor*in erdachte Affäre zwischen den Figuren Jemma Simmons und Grant Ward, die sowohl in der Serie als auch in der Fan-Fiction auf unterschiedlichen Seiten stehen: Simmons arbeitet als Wissenschaftlerin für die Strategische Heimat-Interventions-, Einsatz- und Logistik-Division (S.H.I.E.L.D.), einem fiktiven US-amerikanischen Geheimdienst. Ward ist ein Doppelagent für die oppositionelle Geheimorganisation HYDRA, die, so Seriensaga, kurz nach der Machtergreifung der Nationalsozialisten in Deutschland gegründet wurde und als Wissenschaftsabteilung der SS Waffen entwickelte. *Agents of S.H.I.E.L.D.* wurde von 2013 bis 2020 von der American Broadcasting Company in sieben Staffeln und 136 Episoden ausgestrahlt. Die Figur Grant Ward spielt in 64 Folgen mit, Jemma Simmons in allen 136 Folgen, entsprechend viel serialisierte Geschichte umgibt beide Charaktere.

Zwischen erzählter Ebene der Fan-Fiction und dem Eilish-Song entspannt sich eine intertextuelle Beziehung in vier Modi: (1) Die Erzählung der fic entwirft einen Plot um aufgezählte Elemente und Szenen des Songtextes. (2) Der Song wird genutzt, um ein atmosphärisches Setting zu setzen. (3) Der Song vertieft und erweitert die Figurenzeichnung der bestehenden Charaktere. (4) Der Song organisiert die erzählerische Reihenfolge der Ereignisse und ist Stichwortgeber für die Gedanken der Erzählerin. Formal wechseln sich im Verlauf der fic jeweils die Formteile des Songs (vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch) mit der Erzählung ab, beginnend mit den ersten vier Zeilen von Verse 1. Die Fan-Fiction beginnt von dieser Zeile an den konstanten Dialog mit den beiden Quelltexten – der Fernsehserie und dem Song (vgl. Kaplan 2006: 136).

Durch die Songtextreferenz wird nicht nur die Handlung angedeutet – das durch Blut rot verfärbte Hemd (»White shirt now red«) taucht erst viel später in der Fan-Fiction auf. Da viele Leser*innen der Fanfiction mit den ersten Textzeilen auch die dominante Basslinie von »Bad Guy« und Eilishs mehrfach gelayerte, gehaucht-gemurmelte Stimme im Ohr haben, überträgt sich eine Atmosphäre von Bedrohung, aber auch Intimität. Diese Stimmung greift die Fan-Fiction auf und entwickelt sie weiter. Der erste Satz der Handlung beginnt mit der namentlichen Nennung der Hauptfigur (»Jemma woke

(Heise und Schmidt 2014: 519–539). Entsprechend der vorgeschlagenen Richtlinien von Heise und Schmidt wurde daher der Name des*der Fanfiction-Autor*in anonymisiert.

in the night, naked and alone in an unfamiliar bed») und situiert sie. Auch jetzt haben Kenner*innen der Serie bereits Aussehen und Stimme des Charakters, ihre Hintergrundgeschichte, wichtige Serienevents usw. vor Augen (vgl. Kaplan 2006: 136). Diese Szenerie verbindet ebenfalls Elemente von Gefahr und Nähe, ein Zustand, der sich weiter auf die Beziehung zu ihrem erotischen Partner Grant Ward übertragen lässt: Obwohl sie Agent*innen für verfeindete Institutionen sind, haben sie, das wird im dritten Satz deutlich, die Nacht miteinander verbracht.

Im Verlauf der Erzählung schwankt Jemma immer wieder zwischen der Anziehung zu Grant und ihrem selbstgewählten Auftrag (»I'm going to kill him«), entscheidet sich aber schließlich, der titelgebende bad guy zu werden und Grant zu erschießen. Die Fan-Fiction endet mit Verse 2 des Songs und erzählt dessen semantische Lücken aus: Aus der namenlosen »she« wird Grants Partnerin Kara Palamas, die mittlerweile Angst vor Jemma Simmons hat (»she's scared of me«) und befürchtet, dass Grant sie betrügt und verlassen wird. Die letzte Zeile des Verse 2 wird auch die letzte Zeile der fic: Das »cologne«, das das lyrische Ich des Songs (unerklärterweise) trägt, legt Jemma Simmons auf, nachdem sie Grant erschossen und den Flacon auf dem Wohnzimmertisch entdeckt hat. Im Gegensatz zum Song, der eine Leerstelle lässt, erklärt die Fan-Fiction diese Handlung als motiviert durch die Erinnerung an eine gemeinsame Vergangenheit, in der Simmons noch nicht von der Doppelagentenidentität von Grant wusste und beide Kolleg*innen für S.H.I.E.L.D. waren (»It was a scent he used to wear on the Bus [sic!] sometimes, when they weren't on missions«).

7.7 Fan-Wissen

Die Herausforderung für Personen außerhalb des Fandoms werden bei Analysen wie der obenstehenden deutlich. Auf der Oberfläche können Entwicklungen und Figurendynamik nachvollzogen werden. Das Wissen von Fans und Autor*innen von Fan-Fiction reicht aber viel tiefer: Nicht nur haben sie, im Gegensatz zur Verfasserin des Kapitels, die Serie vollständig und vermutlich mehrmals gesehen und verfügen über einen beträchtlichen Informationsvorsprung im canon, also dem Originaltext (vgl. Ganz-Blättler 2000: 196). Fans haben auch Wissen, das erst durch Fan-Diskussionen entsteht, z.B.

durch genaue Analysen der Serienfolgen, Interpretation und Spekulationen. Diesen Wissensvorrat bezeichnet man als fanon (fannish canon) (vgl. Clerc 1996: 37). Während Fans die Serie Episode für Episode verfolgen, arbeiten sie daran, den sogenannten Metatext, also die Entwicklung der Handlung und der Charaktere über mehrere Serienepisoden und -staffeln bis zur gesamten Serie zu rekonstruieren und verstehen. Die Erklärungsansätze, die Fans finden, sind oft provisorisch und werden nach dem Konsum der nächsten Folge im Angesicht von neuer Evidenz korrigiert und angepasst. Fans entwickeln Backstories zu einzelnen Charakteren, beobachten die Interaktionen und Beziehungen zwischen Figuren sowie individuelle Figurenpsychologien (vgl. Clerc 1996: 38-41). Fan-Fictions können in diesem Sinne eine geschriebene Form einer Metatextanalyse darstellen; oft erweitern Fan-Fictions aber den kanonischen Quelltext – in diesem Fall die Serie *Agents of S.H.I.E.L.D.* – und erfinden Handlungen, die sie als wahrhaftiger empfinden als den ursprünglichen Plot, erzählen (erotische) Beziehungen zwischen Charakteren aus, schreiben Enden um, erfinden Fortsetzungen oder erzählen wichtige Ereignisse aus Sicht anderer Figuren (vgl. Jenkins 1992: 165-182).

Im Fall von »bad guy« erfindet der*die Autor*in eine nicht-kanonisierte Handlung (die Affäre zwischen Simmons und Ward sowie dessen anschließende Ermordung) und nutzt die eigene Interpretation des Songs »Bad Guy«, um die Motivation und Gefühle der Figur Simmons darzustellen. Als Leser*innen, die weder mit dem canon und fanon zur Fernsehserie noch mit weiteren Fan-Fictions zu dem Billie Eilish-Song (fanon) vertraut sind, ist anzunehmen, dass wir viele Referenzen und Symbole der fic überlesen. Auch vor diesem Hintergrund liegt eine zentrale Herausforderung bei der Beschäftigung mit Fanart darin, empfänglich zu sein für Expert*innentum, das sich jenseits von akademischen Konventionen artikuliert.

7.8 Urheberrechtsfragen und -streitigkeiten zu Fan-Art

Viele Werke der Fan-Art bewegen sich am Rand der Legalität, weil sie urheberrechtlich geschütztes Material benutzen und weiterverwerten. Zwischen Fan-Artists, die ihre Kunstwerke zumeist kostenfrei zugänglich machen, und den kommerziell ausgerichteten Urheber*innen und beteiligten Verwerter*innen wie Label und Verlagen existieren große Macht- und Reichwei-

tenunterschiede. Wenn Letztere rechtlich gegen Fans vorgehen, riskieren sie allerdings negative Berichterstattung und Sympathieverluste in der Öffentlichkeit und bei ihren Fans.

Es gibt jedoch auch reglementierende Instrumente, die unauffälliger wirken. So bietet YouTube etwa das Copyright Match Tool an, mit dem Nutzer*innen automatisch überprüfen lassen können, ob es Übereinstimmungen zwischen ihren Videos und denen anderer User*innen gibt. In den USA erlaubt die »Fair Use«-Regelung urheberrechtliche Ausnahmen; in Deutschland gilt das Urheberrecht, das stärker einschränkend wirkt. Wenn das Urheberrecht durch das Fan-Video verletzt wird, kann durch das Copyright Match Tool die Entfernung der Inhalte beantragt werden. In diesen Fällen wird das entsprechende Video einfach durch YouTube gesperrt, ohne dass direkt erkennbar ist, wer hier den Anstoß zum Handeln gab. Im März 2024 wurde bekannt, dass der Rapper Bad Bunny einen Nutzer auf YouTube verklagte, weil dieser Mitschnitte eines Konzerts hochgeladen hatte (vgl. Donahue 2024). Diese Form der juristischen Auseinandersetzung stellt in der gegenwärtigen Medienpolitik eine Ausnahme dar, da die Weiterverbreitung und vor allem die Memeification von Medienprodukten mittlerweile sogar angestrebt wird, um für eine größtmögliche digitale Aufmerksamkeit für die Künstler*innen und ihre Arbeit zu sorgen – im Falle von Bad Bunny z.B. die Ticketverkäufe für seine Tour zu steigern (vgl. Transmedialität-Kapitel im vorliegenden Buch).

Zudem ist wichtig festzuhalten, dass nicht jede Form von Fan-Art das Urheberrecht verletzt. In der Rechtswissenschaft differenziert man zwischen (1) kopierender Fan-Art, (2) transferierender Fan-Art und (3) transformativer Fan-Art und urteilt dann, ob und welche Aspekte des Urheberrechts verletzt wurden oder ob das Werk unter Ausnahmeregelungen fällt. Das ist z.B. der Fall, wenn das Kunstwerk eine »eigene Schöpfungshöhe« erkennen lässt oder der Umgang mit Ursprungsmaterial als Zitat eingeordnet wird (Summerer 2015: 63-92). (1) Kopierende Fan-Art ist eine Vervielfältigung, bei der die Vorlage 1:1 übernommen wird. Dieser Fall tritt ein, wenn ein ganzer Song von Billie Eilish auf die eigene Soundcloud-Seite geladen wird. (2) Transferierende Fan-Art ist eine unfreie Bearbeitung oder Umgestaltung der Vorlage; die Bearbeitung gilt als »unfrei«, weil sie die Einwilligung der Urheber*innen benötigt. Fan-Fictions fallen in diese Kategorie, wenn sie Fortsetzungen oder alternative Enden entwickeln, aber zentrale Werkbestandteile wie die Figuren, Beziehungsgeflechte und Schlüsselszenen des Quelltextes übernehmen.

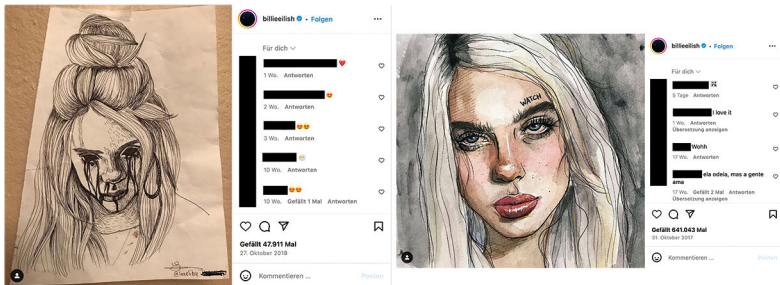
Geklagt wird von den Urheber*innen in der Regel nur dann, wenn sich die fics auf Medientexte, nicht jedoch auf Personen des öffentlichen Lebens beziehen, und in den Kreislauf der Konsekration gebracht, d.h. durch einen Verlag mit monetären Absichten veröffentlicht werden. (3) Transformative Fan-Art übernimmt formal wesentliche Elemente der Vorlage, z.B. den Sound von Billie Eilishs »Bad Guy«, nimmt aber erkennbare Veränderungen vor, sodass neue Eigenschaften hinzugefügt oder andere Merkmale verändert oder ins Gegenteil verkehrt werden. Ein Beispiel hierfür sind Fan-Videos (fanvid) wie das des*der User*in Beth of All Trades, das »Bad Guy« mit einer Kollage der TV-Serie *Star Trek: Discovery* (Paramount+, CBS) verbindet.⁴ Das fanvid stellt die Beziehung zwischen den Figuren Captain Philippa Georgiou und Michael Burnham dar und interpretiert sie durch einen Zusammenschnitt von Szenen sowie Eilishs Lyrics. Die Beurteilung, unter welche Kategorie Fan-Art fällt, ist oft kompliziert, weil auch die »Intensität der inhaltlichen Veränderung« (Summerer 2015: 63-92) beurteilt werden muss. Entsprechend sind auch gerichtliche Entscheidungen umstritten.

Innerhalb der Fan-Community wird die Qualität von Fan-Art sowohl durch qualitative Anerkennungsmechanismen wie Kommentare bemessen als auch durch quantitative Einheiten wie Klicks, Likes und Shares. Die größte Auszeichnung für Fan-Artists sind Momente, in denen der*die Künstler*in selbst auf das Werk aufmerksam wird und es teilt. Billy Eilishs Instagram-Account @billieeilish repostete zum Beispiel am 31. Oktober 2017 ein coloriertes Porträt der Sängerin und am 27. Oktober 2018 die Fotografie einer Zeichnung.⁵

4 Das Video kann hier aufgerufen werden: <https://www.youtube.com/watch?v=7Fgr8nT3Z9M> (04.02.2025).

5 Die Posts können hier aufgerufen werden: <https://www.instagram.com/billieeilish/p/Ba7bgVajCTc/> (04.02.2025) und https://www.instagram.com/billieeilish/p/BpbWPK_tzL/ (04.02.2025).

Abb. 7.1: Fan-Art auf Billie Eilishs Instagram-Profil.



Abbildungsquelle: Screenshot 1: https://www.instagram.com/p/BpbWPK_ItzL/?hl=de (24.02.2025) und Screenshot 2: <https://www.instagram.com/p/Ba7bgVajCTc/?hl=de> (24.02.2025).

Beide Posts verlinken zu den Instagram-Accounts der Ersteller*innen, die Zeichnung führt zudem am unteren rechten Rand statt einer Künstler*innensignatur das Instagramhandle der Fan-Artists auf, gut erkennbar durch das vorangestellte @. Unter beiden Posts finden sich eine Vielzahl von bewundernden und lobenden Kommentaren in unterschiedlichen Sprachen. Der Repost durch Eilish führt einerseits dazu, dass die Fan-Art mehr Aufmerksamkeit bekommt und ermöglicht den Austausch unter Fans. Andererseits sorgt er auch für eine Hierarchiebildung innerhalb der Fan-Community. Diese wird im nächsten Abschnitt genauer untersucht.

7.9 Fans als (digitale) Community

Fan-Art dient nicht nur dem Ausdruck der eigenen Kreativität, sondern bietet auch Anlass für Interaktionen in der Fan-Kultur. Die meisten Fandoms sind gemeinschaftlich organisiert, z.B. in Onlineforen, Reddit Threads, Telegramgruppen usw. Es gibt unzählige Eilish-Communities, die sich zwar alle mit der Musikerin auseinandersetzen, sich aber hinsichtlich ihrer thematischen Schwerpunkte, Kommunikationsformen und -medien unterscheiden. Überregionale und internationale Fan-Clubs sind in der Regel professioneller organisiert. Die Aufnahme kostet manchmal Geld, dafür bieten sie Zeitschriften, Newsletter oder Mailinglisten an, richten vielleicht auch Fan-Treffen aus. Kleinere oder regionale Fan-Gruppen sind häufig informeller aufgestellt.

Manche Fan-Gruppen finden auch über geteilte Identitätsmerkmale zusammen, beispielsweise wenn sich die Mitglieder dem Spektrum der LGBTQIA+-Identitäten zugehörig fühlen oder die Erfahrung(en) von Rassifizierung, Diskriminierung usw. teilen.

Billie Eilish hat keinen offiziellen Fan-Club, man findet jedoch die Fan-Page @billieeilishtours, die auf Instagram Posts von anderen Fans und Eilish selbst teilt und sogar Tourtickets verlost. Unter den Posts teilen die Fans Erinnerungen an Tourmomente, schwärmen für Songs und Eilish selbst, kurz: Sie machen Songs, Videos und Interviews von Billie Eilish für sich und ihr Leben bedeutsam (vgl. Williams 1960). Einige Posts lösen Spekulationen aus, etwa wenn private Schnappschüsse von Eilish oder Screenshots aus ihrer Story geteilt werden. Im Januar 2025 postete Eilish »doechii is so fire omg«, woraufhin die Fans begannen, darüber zu spekulieren, ob die Künstlerin Doechii in Zukunft mit Eilish zusammenarbeiten würde.⁶

Auf inhaltlicher Ebene verhandeln Interpretationen vor allem Gefühle, Beziehungen sowie kulturelle Normen und gesellschaftliche Erwartungen. Entsprechend kann Fandom sehr viele positive Wirkungen entfalten, denn es kann sehr heilsam sein, über das eigene (herausfordernde) emotionale Erleben zu sprechen, sich mit anderen Personen auszutauschen und soziale Beziehungen, vielleicht sogar ein Supportsystem aufzubauen. Trotzdem können in Fan-Gruppen auch sozial herausfordernde Dynamiken entstehen. Wie in jeder Gruppe wird auch in Fan-Communities gestritten. Auch dort gibt es Statusunterschiede, Hierarchien, Cliquen und Ausschlüsse (vgl. Pearson 2010: 93). Fans suchen die Gemeinschaft, wollen sich aber auch aus der Gruppe hervorheben. Die oben erwähnten Fankünstler*innen etwa führen in ihren Instagram-Bios Sätze, die auf den Umstand referenzieren, dass der Eilish-Account sie bemerkt hat: »I made Billie's profile picture twice« steht in einem Profil, »@billieeilish owes me money« in einem zweiten. Beide Accounts stellen explizit ihre Verbindung zur Künstlerin aus, die sie von »normalen« Fans unterscheidet. Dass Billie Eilish ihre Kunstwerke so sehr gemocht hat, dass sie diese zu ihrem Profilbild gemacht hat, ist nicht nur als Qualitätsurteil zu begreifen, sondern hebt diese Accounts aus der Masse von Fan-Profilen heraus.

6 Der Post kann hier aufgerufen werden: <https://www.instagram.com/p/DEWjQJmMKFG/> (04.02.2025).

Fan-Hierarchien bilden sich entlang der Dimensionen von Kennerschaft (Fan-Wissen), Fandom Level (Grad bzw. Dauer der Partizipation an der Fan-Kultur), Zugang (Bekanntschaft zu Stars bzw. professionellem Personal wie Produzent*in, Booker*in, Schauspieler*in usw.), Rolle (Führungsposition innerhalb einer Fan-Gruppe) und Ort (Organisationskontrolle eines Fan-Raums wie einer Convention oder einem Onlineforum) aus (MacDonald 1998: 136-138). Mit Blick auf Fan-Art könnte auch noch das handwerkliche Können bzw. die Kreativität ergänzt werden – so hat das kolorierte Instagramportrait von 2017 sehr viel mehr Likes erhalten als die Zeichnung von 2018. Die Bewertung dieser Dimensionen läuft subjektiv ab, d.h., innerhalb der Fan-Gruppen wird der Wert ausgehandelt, den diese Dimensionen in Bezug auf die Rangordnung der Gemeinschaft haben. Wie viel Anerkennung ein Fan-Gruppenmitglied für die jeweilige Kompetenz erfährt, kann sich also unterscheiden.

Darüber hinaus entwickelt jede Fan-Gruppe ein bestimmtes Set von Kommunikationsregeln. Diese können unterschiedlich kleinteilig formuliert sein und bei Verstoß sanktioniert werden. Beispielsweise ist es in manchen Gruppen ein Tabu, Paparazziaufnahmen zu posten, andere verbieten sich erotische Fan-Fictions oder Bemerkungen zu Billie Eilishs Aussehen. »Noticed how there was phone [sic!] in everyone's hand« bemerkt ein*e User*in unter dem Mitschnitt des Music Midtown Fests und meint das vorwurfsvoll: Haben die Fans die Show angemessen gewürdigt oder waren sie nicht zu sehr durch Filmen und Fotografieren abgelenkt? Ein*e andere*r User*in erwidert: »And they still had fun and danced and enjoyed themselves«. Diese Aushandlungsprozesse nennen Fanforscher*innen »border policing« (Grenzüberwachung). Auch innerhalb des Fandoms versuchen Fans, sowohl diejenigen auszuschließen, die zu wenig Aufmerksamkeit, Wissen und Zeit in das Fandom investieren, als auch diejenigen, die »zu viel« Gefühle entwickeln oder ihr Fandom »falsch« ausleben. Häufig werden Praktiken wie Cosplaying – das Verkleiden und Imitieren der Starperson – oder das Verfassen von queeren bzw. homoerotischen Fan-Fictions (sogenannte Slash-Fan-Fictions) innerhalb von Fandoms stigmatisiert. Auch diese Art von Ausschlussmechanismen gilt es, zu untersuchen. Denn oft zeigen sich in diesen »negativen« Seiten des Fandoms Hinweise auf größere kulturelle Zusammenhänge wie die Ablehnung von nicht-konformistischen genderfluiden Identitäten, Sexualitäten sowie eine misogyne Privilegierung von Rationalem gegenüber dem Emotionalen (vgl. Gender-Kapitel im vorliegenden Buch).

7.10 Schluss

Während Fans lange unterstellt wurde, dass sie eine leicht manipulierbare Masse sind, zeigt die Fan-Forschung der letzten 40 Jahre, dass Fans sowohl begeisterte als auch eigensinnige Prosumer*innen sind. Fan-Communities können sichere Räume gegen eine restriktive Gesellschaft herstellen, aber auch hierarchisch strukturiert sein. Sie können Anerkennung für Kunstwerke oder Fachwissen zollen und Individuen empoweren, sie konstruieren aber auch Statusunterschiede und verteidigen die eigenen Grenzen der Gruppe – nach innen und nach außen. Fandom hat kompetitive, heilsame, aber auch ausschließende Anteile und, so die Fanforscherin Kristina Busse, Fandom ist immer komplizierter als die Geschichte, die wir uns darüber erzählen (2009: 106).



Weiterführende Aufgabenstellung

- Recherchieren Sie verschiedene Fan-Art (z.B. fanfiktion.de, Instagram Fan-Pages, Fan-Videos auf YouTube). Wählen Sie anschließend ein Beispiel aus und inszenieren Sie einen Rechtsstreit: Vertreten Sie entweder die Seite des Stars bzw. des Labels oder die des angeklagten Fans oder Fan-Clubs. Entwickeln Sie dabei eine überzeugende Argumentation, indem Sie auf die jeweilige Art der Fan-Art (kopierend, transferierend oder transformativ) und Schöpfungshöhe eingehen.
- Suchen Sie ein Fanvid (z.B. über <https://archiveofourown.org/> oder YouTube) und analysieren Sie die Intertexte des Videos: Wie verändern sich die Bedeutungen der einzelnen Textteile des Videos in ihrem Zusammenspiel?
- Recherchieren Sie ein Konzertvideo mit kreischenden Fans oder erinnern Sie sich an eine eigene Konzerterfahrung, bei der Kreischen aus dem Publikumsraum zu hören war. Wie empfinden bzw. empfanden Sie diese Fan-Praxis? Haben Sie an ihr partizipiert? Warum (nicht)? Wie würden Sie das Kreischen auf dem analysierten Popkonzert erklären? Wie würden Sie es beurteilen?



Songs

- Taylor Swift: »Look What You Made Me Do« (2017): <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>
- Tokio Hotel: »Durch den Monsun« (2005): https://www.youtube.com/watch?v=S_Sy5-sOodA

- Chappell Roan: »Hot to Go!« (2023): https://www.youtube.com/watch?v=xaP-NR-_Cfno

Lektüreempfehlungen



Roose, Jochen; Schäfer, Mike S. und Schmidt-Lux, Thomas (Hg., 2010): *Fans: Soziologische Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag.

- » Dieser Sammelband gibt einen weiten Überblick über verschiedenen Perspektiven, mit denen Fans und Fandom aus soziologischer Sicht untersucht werden können. Die Beiträge betrachten unterschiedliche Fan-Szenen – von Fußball-Fans bis Horrorfilm-Fans – und zeigen ein breites Spektrum an qualitativen und quantitativen Methoden für deren Erforschung auf. Der einleitende Text der Herausgeber bietet eine breite Fan-Definition an und ermöglicht als Einstiegslektüre einen guten Überblick über Schwerpunkte der Fan Studies.

Ehrenreich, Barbara; Hess, Elizabeth und Jacobs, Gloria (1992): *Beatlemania: Girls just want to have fun*. In: *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Hg. von Lisa Lewis. London: Routledge. S. 84-106.

- » Die Autorinnen tragen in diesem Beitrag weit verbreitete Stereotype über weibliche Fans zusammen und zeigen nicht nur, welche misogynen Grundannahmen diese teilen, sondern auch, welches revolutionäre Potenzial in dem Kreischen der jungen Frauen in den 1960ern lag. Ein Nebeneffekt der Lektüre ist der Umstand, dass man sich gleich mit den eigenen Vorurteilen oder verinnerlichten Schamgefühlen auseinandersetzt.

Busse, Kristina und Gray, Jonathan (2011): *Fan Cultures and Fan Communities*. In: *Handbook of Media Audiences*. Hg. von Virginia Nightingale. Oxford: Blackwell. S. 425-443.

- » In diesem Kapitel geben die Autor*innen einen Überblick über die Entwicklung und Schwerpunkte der Fan Studies als Forschungsfeld. Dabei fasst der Text knapp zentrale theoretische Einflüsse der Audience und Media Studies zusammen und greift dann den Möglichkeitsraum sozialer Netzwerke auf. Dieser ist wegen seiner Linkstrukturen besonders geeignet, um intertextuelle Praktiken zu entwickeln, die das Fanobjekt als Quelle referenzieren, aber auch Verbindungen zu weiteren Texten und Fandoms herstellen.

Literatur

- Bollmann, Stefan (2005): *Frauen, die lesen, sind gefährlich*. München: Elisabeth Sandmann Verlag.
- Clerc, Susan J. (1996): DDEB, GATB, MPPB, and Ratbpy: The X-Files' Media Fandom, online and off. In: *Deny All Knowledge: Reading the X-File*. Hg. von David Lavery, Angela Hague und Marla Cartwright. London: Faber and Faber Limited. S. 36-51.
- Donahue, Bill (2024): Bad Bunny Sues Concertgoer Who Fought to Keep ›Bootleg‹ Footage On YouTube. In: *billboard*. Link: <https://www.billboard.com/business/legal/bad-bunny-lawsuit-fan-bootleg-concert-footage-youtube-1235630112/> (24.02.2025).
- Ehrenreich, Barbara; Hess, Elizabeth und Jacobs, Gloria (1992): Beatlemania: Girls just want to have fun. In: *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Hg. von Lisa Lewis. London: Routledge. S. 84-106.
- Fritzsche, Bettina (2011): *Pop-Fans: Studie einer Mädchenkultur*. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag.
- Ganz-Blättler, Ursula (2000): Knowledge Oblige: Genrewissen als Statussymbol und Share-Ware. In: *Politik des Vergnügens: Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies*. Hg. von Udo Göttlich und Rainer Winter. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Göttlich, Udo und Krischke-Ramaswamy, Mohini (2003): Fans. In: *Handbuch Populäre Kultur*. Hg. von Hans-Otto Hügel. Stuttgart: Metzler. S. 167-172.
- Heise, Nele und Schmidt, Jan-Hinrik (2014): Ethik der Online-Forschung. In: *Handbuch Online-Forschung. Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen*. Hg. von Martin Welker, Monika Taddicken, Jan-Hinrik Schmidt und Nikolaus Jakob. Köln: Herbert von Halem. S. 519-540.
- Horton, Donald und Wohl, Richard (1956): Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. In: *Psychiatry* 19: 215-229.
- Ingelmann, Julian und Matuszkiewicz, Kai (2017): Autorschafts- und Literaturkonzepte im digitalen Wandel. In: *Zeitschrift für Germanistik* 27/2: 300-315.

- Janke, Klaus (1997): Stars, Idole, Vorbilder: Was unterscheidet sie? In: *Stars – Idole – Vorbilder*. Hg. von Christine Biermann und Avci-Werning Melten. Seelze: Friedrich. S. 18-21.
- Jenkins, Henry (1992): *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York: Routledge.
- Jensen, Jolie (1992): Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization. In: *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Hg. von Lisa Lewis. New York: Routledge. S. 9-29.
- Jones, Bethan (2016): »The Ethical Hearse«: Privacy, Identity and Fandom Online. In: *The Learned Fangirl: A Critical Look At Pop Culture And Technology*. Link: <https://thelearnedfangirl.com/the-ethical-hearse-privacy-identity-and-fandom-online/> (24.02.2025).
- Kaplan, Deborah (2006): Construction of Fan Fiction Character Through Narrative. In: *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. Hg. von Karen Hellekson und Kristina Busse. Jefferson et al.: McFarland und Company. S. 134-152.
- Kelley, Brit (2021): *Loving Fanfiction: Exploring the Role of Emotion in Online Fandoms*. New York: Routledge.
- Lau, Thomas (1997): »... und wir machen euch fertig!« Notizen zur neuen Härte: Das Beispiel Kelly Family. In: *Kursbuch JugendKultur: Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende*. Hg. von SPoKK. Mannheim: Bollmann. S. 228-234.
- MacDonald, Andrea (1998): Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom und Computer Mediated Communication. In: *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*. Hg. von Cherryl Harris und Alison Alexander. Cresskill: Hampton Press. S. 131-152.
- Mauermann, Johanna und Bendel, Oliver (2012): Angriff von unten: Tiefgreifende Veränderungen durch elektronische Literatur. In: *LIBREAS Library Ideas #20 Scheitern 20*: 65-82.
- McRobbie, Angela und Garber, Jenny (1991): Girls and Subcultures. In: *Feminism and Youth Culture: Youth Questions*. Hg. von Angela McRobbie. London: Palgrave. S. 1-15.
- Messner, Monja (1997): »Sie sind soo süß.« Boygroups und ihre Fans: Fans und ihre Boygroups. In: *Kursbuch JugendKultur: Stile, Szenen und Identitäten von der Jahrtausendwend.* Hg. von SPoKK. Mannheim: Bollmann. S. 235-242.

- Pearson, Roberta (2010): Fandom in the Digital Era. In: *Popular Communication* 8/1: 84-95.
- Pugh, Sheenagh (2006): *The Democratic Genre: Fan fiction in a Literary Context*. Bridgend: Seren Books.
- Roose, Jochen; Schäfer, Mike und Schmidt-Lux, Thomas (2010): Einleitung. In: *Fans: Soziologische Perspektiven*. Hg. von dies. Springer VS: Wiesbaden. S. 9-25.
- Sandvoss, Cornel (2005): *Fans: The Mirror of Consumption*. Cambridge: Polity.
- Schaar, Erwin (1997): Erziehung zur Mündigkeit? In: *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*. Hg. von Werner Faulstich und Helmut Korte. München: Fink. S. 125-135.
- Stemberger, Martina (2021): *Homer meets Harry Potter: Fanfiction zwischen Klassik und Populärkultur*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.
- Summerer, Claudia (2015): »Illegale Fans«: Die urheberrechtliche Zulässigkeit von *Fan Art*. Berlin et al.: De Gruyter.
- Toffler, Alvin (1980): *The third wave*. New York: Morrow.
- Williams, Raymond (1960): *Culture and Society: 1780-1950*. Garden City: Anchor Books.
- Wittmann, Reinhard (1999): Gibt es eine Leserevolution am Ende des 18. Jahrhunderts? In: *Die Welt des Lesens: Von der Schriftrolle zum Bildschirm*. Hg. von Roger Chartier und Guglielmo Cavallo. Frankfurt a.M.: Campus. S. 419-454.

8 | KÖRPER

»White shirt now red, my bloody nose«

Daniel Suer



Themen

Situationsanalyse, Körper, audiovisuelle Körperkonstruktion, Diskurs



Über diese Lerneinheit

Das Kapitel bietet eine Einführung in die Situationsanalyse nach Adele Clarke und ergänzt sie um Ansätze aus den Popular Music Studies. Hierzu werden zunächst die Grundlagen der Situationsanalyse thematisiert samt ihrer zentralen Analysestrategie, dem sog. »Mapping«. Mit Blick auf die Hervorbringung von Eilishs Körper veranschaulicht das Kapitel zwei unterschiedliche Mapping-Verfahren, nämlich Situations-Maps und Positions-Maps. Gegenstand der Analyse sind audiovisuelle Körperrepräsentationen in »Bad Guy« sowie Diskurse um den Körper Billie Eilishs.



Lernziele

Situierung: Ich bin in der Lage, Phänomene systematisch und nachvollziehbar zu situieren.

Körperlichkeit: Ich kann unterschiedliche Facetten von Körperlichkeit analysieren.

Körperkonstruktion: Ich lerne, die Konstruktion von Star-Körpern zu analysieren.

8.1 Einleitung

Ein Werbespot der Modemarke Calvin Klein: Wir sehen Eilish mit einem weit geschnittenen Trainingsanzug und blau gefärbten Haaren wie sie auch im Videoclip zu »Bad Guy« vorkommen könnten. Sie steht vor zwei Spiegeln und betrachtet sich selbst, während wir ihre Stimme aus dem Off hören: »I mean, that's why I wear big, baggy clothes. Nobody can have an opinion because they haven't seen what's underneath, you know?«¹ Eilish begründet ihre Wahl weiter Kleidung mit dem Ziel, ihren Körper und damit sich selbst der Öffentlichkeit ein Stück weit zu entziehen oder zumindest weniger verfügbar zu machen. Wie sie ihren Körper präsentiert, hängt somit auch mit ihren Erwartungen davon zusammen, wie er von anderen Menschen wahrgenommen wird. Außer Eilish sind also auch weitere Personen oder Gruppen an der Darstellung, Bewertung und Aushandlung (kurz: der Erzeugung) ihres Körpers beteiligt. Um solche körperlichen Erzeugungsprozesse geht es im vorliegenden Kapitel, das diese Prozesse verstehen will und von folgenden Fragen angeleitet ist: Wie entsteht der Körper eines Popstars (vgl. Geschichten- und Performance-Kapitel im vorliegenden Buch), konkret der von Billie Eilish? Wie kann man sich solch einem Körper und dessen Hervorbringung wissenschaftlich nähern? Mit einer musik- und kulturwissenschaftlichen Perspektive gehe ich davon aus, dass Körper nicht auf organische Masse reduzierbar sind, sondern durch die Produktion und Rezeption von Musik hergestellt werden. Das bedeutet wiederum, dass sie nicht biologisch eindeutig festgeschrieben, sondern kulturell formbar sind (vgl. Schüttpelz 2010). Zwei Wege dieses körperlichen Erzeugungsprozesses möchte ich exemplarisch nachzeichnen. Erstens geht es anhand von »Bad Guy« um klangliche und visuelle Elemente, die für Eilishs Körperinszenierung relevant sind, sowie um die Beziehungen zwischen diesen Elementen. Zweitens geht es um Diskurse, die Eilishs Körper thematisieren.

Davor möchte ich jedoch mit einem geeigneten methodischen Vorgehen beginnen. Da Körper kulturell formbar sind, eignet sich für ihre Erforschung ein Zugriff, der untersuchte Phänomene nicht universalisiert, sondern situiert. Um zu klären, was das bedeutet und wie sich das bewerkstelligen lässt,

1 Der Werbespot ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=esrWmK7W2zc> (23.01.2025).

möchte ich als methodischen Rahmen Adele Clarkes Situationsanalyse (SitA²) vorschlagen und in ausgewählte Aspekte einführen.

8.2 Was ist Situationsanalyse?

Bei SitA handelt es sich um einen Forschungsstil, der von der Soziologin Adele Clarke im Feld der Science and Technology Studies entwickelt wurde. Als Forschungsstil ist SitA keine Methode im Sinne eines »neutralen« Werkzeugs, das einfach angewendet wird, sondern umfasst reflektierte Haltungen, Annahmen, Theorien und Methoden, die eng miteinander verbunden sind. Aus diesem Grund bezeichnet Clarke selbst SitA als »Theorie-Methoden-Paket«. Ihrem Ansatz liegt eine Haltung zugrunde, die darauf zielt, Komplexität zu erfassen und zu situieren (Clarke und Keller 2011). Der zentrale Schritt hierzu besteht darin, die namensgebende Situation zum Gegenstand zu machen, d.h. Situationen zu analysieren. Clarkes Verständnis von »Situation« ist dabei recht weit und offen, indem sie darunter alle Elemente versteht, die für eine Fragestellung wichtig sind, sowie die Beziehungen dieser Elemente untereinander. Sie schreibt dazu: »To clarify, in SA, a situation is not merely a moment in time, a narrow spatial or temporal unit or a brief encounter or event (or at least rarely so). Rather it usually involves a somewhat enduring arrangement of relations among many different kinds and categories of elements« (Clarke et al. 2018: 17).

Eine Aufgabe von Situationsanalysen besteht demnach darin, das Feld an relevanten Elementen zu bestimmen (z.B. Eilish, Bewegungen, Aussagen über Eilishs Körper uvm.) und herauszuarbeiten, wie sie sich zueinander verhalten – und in dem Sinne untersuchte Phänomene in ihrer Komplexität zu situieren. Die Popular Music Studies sprechen häufiger von »Kontextualisierung« als von »Situierung«. SitA verzichtet hingegen auf den Kontextbegriff und schlägt stattdessen die ko-konstitutive Situation vor, was bedeutet, dass die Elemente einer Situation sich durch ihre Beziehung zueinander prägen. D.h. beispielsweise, wenn Hörer*innen zu einem Song tanzen, werden die

2 Im Englischen Original wird »Situational Analysis« mit »SA« abgekürzt. Aufgrund der Assoziation mit der Sturmabteilung (SA) der Nationalsozialistischen Deutschen Arbeiterpartei (NSDAP) werden im deutschsprachigen Diskurs alternativ »SitA« und »Sl« genutzt.

Hörer*innen erst durch diese Interaktion zu Tänzer*innen und der Song zu Tanzmusik.³

Da die Offenheit des Situationsbegriffs ausufern kann, sodass gewissermaßen alles zu einer Situation gehören könnte, ist eine Forschungsfrage nötig, die die Situation eingrenzt – in unserem Fall der Fokus auf Billie Eilishs Körperlichkeit anhand eines Musikvideos und eines Diskursausschnitts. Um zu entscheiden, ob ein Element relevant ist und damit zur Situation gehört, dient als Faustregel, dass das betreffende Element einen Unterschied machen muss. Wäre also etwas anders, wenn das Element fehlen würde? Aus der obigen Definition von Situationen als tendenziell beständige Arrangements von Elementen und Relationen folgt die zentrale Methode der SitA, nämlich das sog. »Mapping«. Hierbei handelt es sich um ein kartografisches Verfahren, in welchem die Elemente einer Situation auf einer Map bzw. Karte eingetragen und durch ihre räumliche Anordnung in Beziehung zueinander gesetzt werden. Clarke schlägt verschiedene Map-Arten vor, von denen in diesem Kapitel zwei vorgestellt werden, nämlich Situations-Maps und Positions-Maps.⁴

8.3 Situations-Maps

Es gibt drei verschiedene Situations-Maps, die aufeinander aufbauen: ungeordnete Maps, geordnete Maps und Relations-Maps. Auf ungeordneten Maps werden alle relevanten Elemente eingetragen und willkürlich platziert (vgl. Abb. 8.1). Sie bieten einen niedrigschwelligen Zugang zur Situation, da die Anordnung der Elemente zunächst egal ist. Es werden jedoch nicht lediglich alle denkbaren oder vermuteten Elemente eingetragen. Stattdessen finden solche Elemente ihren Weg auf die Map, die erstens tatsächlich gefunden werden (z.B. in Lyrics, visuellem Material, in Interviews mit Fans, in Diskursen, während des Besuchs eines Eilish-Konzerts usw.), und die zweitens einen Unterschied machen. Indem ungeordnete Maps alle Elemente ver-

3 Mit ihren Vorbehalten gegenüber Kontext ist SitA anschlussfähig an Kritik, die innerhalb der Popular Music Studies gegenüber der Kontextidee formuliert wird (vgl. Suer und Heesch 2025).

4 Für eine Erklärung und Anwendung der dritten Map-Art – Maps sozialer Welten und Arenen – vgl. Suer und Heesch (2025).

sammeln, dienen sie als Gedächtnisstütze und ermöglichen einen schnellen Überblick über die Situation. Im Zuge des ungeordneten Mappings tragen Forschende sich stets auch selbst auf die Map ein, denn sie stehen nicht unbeteiligt außerhalb der untersuchten Situation, sondern sind Teil von ihr. Dies hat erhöhte Selbstreflexivität zum Ziel, also ein Bewusstsein für die eigene Involviertheit und deren Konsequenzen für die eigene Perspektive und Interpretation. Mit SitA gesprochen sind Forscher*innen ein menschliches Element, das einen Unterschied macht.

Abb. 8.1: Ausschnitt aus einer Situations-Map zum Körper Eilishs.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Für geordnete Maps werden die Elemente der ungeordneten Map in ein Kategorisierungssystem überführt, das Clarke »Situationsmatrix« nennt. Mit deren Hilfe können die meist sehr zahlreichen Elemente systematisiert und leichter gehandhabt werden. Beispiele für Kategorien sind etwa individuelle und kollektive menschliche Akteur*innen (Eilish, Finneas, Statisten, Fans), nicht-menschliche Elemente (Kleidung, Zahnsperre, Klänge), diskursive Streitpunkte (Schönheitsideale), symbolische Elemente (Gesten), soziokul-

turelle Elemente (Gender, Race) uvm.⁵ Wie an den Beispielen deutlich wird, umfasst jede Kategorie potenziell viele Elemente ebenso wie jedes Element in mehrere Kategorien fallen kann (Kleidung als nicht-menschliches und als symbolisches Element). Es geht bei geordneten Maps nicht darum, gezwungen Kategorien auszufüllen, sondern flexibel zu handhaben und aus unterschiedlichen Perspektiven über Elemente nachzudenken. Das bedeutet zum einen, dass bei Bedarf jederzeit eigene neue Kategorien hinzugefügt werden können (etwa ästhetische Elemente). Zum anderen bedeutet es, dass dasselbe Element von unterschiedlichen Kategorien aus betrachtet wird. Am Beispiel von Eilishs Kleidung ließe sich etwa fragen, was ihr symbolischer Gehalt ist, ob es in Diskursen unterschiedliche Ansichten zu ihr gibt usw. Grafisch stellt die geordnete Map eine Tabelle mit den Kategorien der Situationsmatrix als Überschriften dar, in die die einzelnen Elemente eingetragen werden.

Relations-Maps bauen erneut auf der ungeordneten Map auf. Hierzu wird ein Element auf der ungeordneten Map fokussiert und umkreist, beispielsweise ›Statisten‹. Anschließend wird jedes andere Element auf der ungeordneten Map dahingehend befragt, ob und wie es sich zu diesem Element verhält, also welche Beziehung oder Relation zwischen ihnen besteht. Wenn es eine relevante Relation gibt (z.B. zwischen Statisten und Eilish), zeigt auf der Map ein Strich eine Verbindung dieser Elemente an. Ansonsten nicht. Dieser Prozess wird mit jedem einzelnen Element auf der Map wiederholt. Dieses Vorgehen ermöglicht eine systematische Auseinandersetzung mit Elementen und ergibt das dichte Netz an Elementrelationen, das eine Situation ausmacht.

Abschließend ist für Maps allgemein festzuhalten, dass sie in erster Linie nicht der starren Ergebnispräsentation dienen, sondern dynamische Methoden darstellen, die das Nachdenken über Elemente und deren Beziehungen fördern. Sie anzufertigen (Welche Elemente gehören auf die Map? Wo gehören sie hin? Zwischen welchen Elementen bestehen welche Beziehungen?), ist der zentrale analytische Schritt der SitA. Im Zuge dieses Schritts ist das Hinzuziehen weiterer Theorien durchaus willkommen, wenn sie helfen, Elemen-

5 Clarkes Matrix schlägt außer den genannten noch folgende Kategorien vor: organisationale/institutionelle Elemente, lokale bis globale Elemente, räumliche und zeitliche Elemente, populäre und andere Diskurse, politische und ökonomische Elemente, diskursive Konstruktionen von Akteur*innen, weitere zu bestimmende empirische Elemente (vgl. Clarke et al. 2018: 45).

te und Relationen besser oder anders zu verstehen (z.B. das Element »Billie Eilish« als Persona; vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch). Mit fortschreitender Analyse werden Maps permanent überarbeitet und verfeinert. Diese Arbeit wird in begleitenden Memos festgehalten, die ebenfalls permanent überarbeitet und verfeinert werden. Memos sind informelle Textdokumente, die während oder nach einer Mapping-Sitzung angefertigt werden. Sie sind der Ort, an dem u.a. analytische Ideen, Erkenntnisse, Fortschritte und neue Fragen festgehalten werden (vgl. Breuer et al. 2018: 170). Maps und Memos gehen also Hand in Hand.

Im Folgenden sollen Elemente und Relationen, die sich mit Situations-Maps analysieren lassen, exemplarisch anhand der Körperlichkeit von Eilishs »Bad Guy« thematisiert werden. Sowohl Song als auch Videoclip umfassen verschiedene klangliche und visuelle Elemente und Relationen, mit denen Eilish unterschiedliche Körper entwirft. Sie präsentiert somit eine Körperpluralität – gewissermaßen mehrere Bad Guys.

8.4 Bad Guys

Unter den zahlreichen Klängen populärer Musik spielt die Stimme nicht die einzige, aber eine herausgehobene Rolle für klangliche Körperrepräsentationen, weswegen sie im Zentrum meiner klanglichen Betrachtung steht. Denn aufgrund des stimmlichen Klangeindrucks entwerfen Hörer*innen eine Vorstellung des zugehörigen Körpers. Diese von L.J. Müller (2018: 93, 102; vgl. Gender-Kapitel im vorliegenden Buch) als »vokalischer Körper« bezeichnete Vorstellung kann u.a. dessen Geschlecht, Alter, Gesundheit, Emotionen und räumliche Verortung umfassen.

Eilish präsentiert in »Bad Guy« unterschiedliche vokalische Körper. Das Intro zu Video und Album beginnt, indem Eilish schlürfend ihr Invisalign aus dem Mund nimmt und gemeinsam mit Finneas verkündet: »I have taken out my Invisalign and this is the album«. Invisalign ist eine transparente und damit möglichst wenig sichtbare Zahnsperre, die der Begradigung von Zähnen dient. Die erste Andeutung eines vokalischen Körpers verweist also weniger auf einen wie auch immer gearteten »Naturzustand«, sondern auf ein Mittel zur oralen Körpermodifikation, das visuell auf Unsichtbarkeit zielt, hier aber offenkundig hörbar gemacht wird. Hinzu kommt, dass Invisalign eher einen

jungen Körper entwirft, da Zahnstellungen meist im Teenager*innenalter behandelt werden (vgl. Seeling und Prütz 2018: 78f.; vgl. Identität-Kapitel im vorliegenden Buch).

Des Weiteren kreiert der Stimmklang den Eindruck eines weiblichen vokalischen Körpers bzw. durch Multitracking (vgl. Sound-Kapitel im vorliegenden Buch) mehrere vokalische Körper, die sehr nah vor den Hörer*innen positioniert sind. Sowohl durch diese Nähe als auch durch den sprechnahen, behauchten Gesangsduktus – insbesondere in den abgesetzten Schlussteilen F bis H (vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch) – wird eine Intimität zu Hörer*innen hergestellt, die es uns erlaubt, jeden Konsonanten, Zischlaut und Atemzug Eilishs prominent zu hören. Unterstützt wird dieser Eindruck durch den echo- und hallarmen Klang, der den vokalischen Körper in einem kleinen, vertraulichen Raum verortet. Diese intensive Präsenz körperlicher Unmittelbarkeit scheint Hörer*innen einen ›unverfälschten‹ Körper (bildlich gesprochen) im Close-Up zu präsentieren.

Gebrochen wird dieser Eindruck durch die hörbare technologische Gestaltung der titelgebenden Zeile (vgl. Sound-Kapitel im vorliegenden Buch). Hierdurch wird der vokalische Körper explizit hörbar mittels Audiotechnologie konstruiert und somit im Rahmen einer Dichotomie zwischen Natur und Kultur als technisierter Körper zum Gegenentwurf des vorhergehenden natürlichen Körpers. Wichtig ist an dieser Stelle, dass es sich immer um einen technologisch konstruierten Körper handelt. In einem Fall verdeckt die Klanggestaltung die technologische Bedingtheit des Körpers jedoch, während dessen Technisierung im anderen Fall hörbar gemacht wird und ins ästhetische Zentrum rückt.

Eilishs *visuelle* Körperrepräsentationen im Musikvideo möchte ich anhand folgender Elemente anreißen: Kleidung, Körperbewegungen, die Relation zu ihrer Umgebung und zu anderen Körpern, begleitet von Verweisen auf weitere Körper. Beginnen wir mit Eilishs Kleidung, einem durchaus charakteristischen Merkmal: Besonders prägnant ist der weite Schnitt. Dieser verunkelt ihre Körperform oftmals und setzt sie so in eine Kontrastbeziehung zu Erwartungen, nach denen weibliche Musikstars formpassende Kleidung zu tragen haben (s.u. Positions-Maps). Des Weiteren sind ihre Kleidung und blau gefärbten Haare zentral für die Farbkomposition des Videos. Durch die teilweise farbliche Übereinstimmung mit ihrer Umgebung wird Eilish tendenziell in selbige integriert und beinahe zum Bestandteil von ihr. Während dies den Körper

einerseits nicht als Gegenstand des Begehrens heraushebt, wird er durch seine Nähe zu anderen Elementen visueller Gestaltung wie blauer Wände und Möbel gewissermaßen zur Requisite objektiviert. Da Kleidung auch eine symbolische Dimension hat und damit referenzieren kann, stellt sie Beziehungen zu Kleidung und Körpern unterschiedlicher Kulturen her: Die weiten Kleidungsstücke Eilishs lassen sich beispielsweise in Beziehung zu Hip-Hop, Sportkulturen oder einem Revival von Oversized-Mode der 1990er Jahre setzen. Als weiteres Beispiel kann ihr Nietenhalsband im Schlussteil als Verweis sowohl auf Punk oder Goth als auch auf BDSM-Szenen gelesen werden.

Zu Eilishs Umgebung zählen des Weiteren – von mir allesamt als männlich gelesene – menschliche Akteure und deren Verhältnis zu Eilish. Die Sängerin nimmt hier nicht nur eine herausgehobene, sondern durchgehend eine übergeordnete Position im Verhältnis zu allen anderen Akteuren des Clips ein. Dies macht sich beispielsweise in der räumlichen Anordnung bemerkbar, wenn Eilish etwa buchstäblich höhergestellt ist oder sich im Vordergrund befindet, unterstützt durch eine Kameraperspektive aus der Untersicht. Besagte Anordnung korrespondiert zudem mit der sozialen Dynamik zwischen Eilish und Statisten. In Gruppengefügen nimmt sie die Vormachtstellung ein, indem sie beispielsweise im Miniaturferrari vorweg fährt, während eine Gruppe auf Dreirädern folgt. In Einzelinteraktionen erfüllen Männer im Video gewissermaßen Dienstleistungen, die eine Hierarchie markieren, etwa indem ein Mann als menschliche Müslischüssel dient. Hinzu kommt, dass sämtliche Statisten nicht nur hörbar stimmlos sind, sondern auch visuell, da ihre Münder durchgehend geschlossen bleiben, womit ihre Stimmlosigkeit explizit sichtbar wird.

Aus Eilishs Körperbewegungen möchte ich deren Unterschiedlichkeit im Verhältnis zur Musik herausgreifen sowie die Referenz zu Horrorkörpern. Bei der Betrachtung von Eilishs Bewegungsverhalten fällt zunächst auf, dass weniger der Eindruck choreografierter Bewegungen entsteht und stattdessen eher der einer »natürlichen«, da spontanen, Reaktion auf Musik, wodurch eine Nähe zum intim-natürlichen vokalischen Körper entsteht. Der scheinbar spontane Tanz umfasst wiederum diverse Bewegungen und Bewegungsqualitäten, womit er unterschiedliche Körperlichkeiten präsentiert. Eilish eröffnet ein Spektrum, das auf der einen Seite durch Bewegungslosigkeit oder -armut wie zuckende Knie gekennzeichnet ist und somit gewissermaßen einen im Verhältnis zur Musik entkoppelten oder lethargischen Körper präsentiert. Am anderen Ende des Spektrums lassen sich extrovertierte, raumgreifende

Bewegungen wie das Vor- und Zurückwerfen des gesamten Oberkörpers oder wiederholte Bodenrollen positionieren. Aufgrund der Vielfalt der schnell aufeinanderfolgenden Bewegungen, unterstützt durch den Videoschnitt, würde ich dies als Darstellung eines unberechenbar agilen Körpers bezeichnen. Zwischen den Endpunkten des lethargischen und agilen Körpers lassen sich beispielsweise rhythmische Handgesten oder Tippielschritte verorten.

Ähnlich zur Kleidung können auch Bewegungen auf ihren Referenzcharakter hin befragt werden (vgl. zu Referenzialität das Transmedialität-Kapitel im vorliegenden Buch). Ein prägnantes Beispiel ist Eilish, die sich wie vorgespult in erhöhter Wiedergabegeschwindigkeit kopfüber auf allen Vieren fortbewegt. Dies kann als Anspielung auf Horrorfilme gelesen werden wie etwa *Der Exorzist* (1973). In einer als ›Spider Walk‹ bekannt gewordenen Szene des Films bewegt sich die von einem Dämon besessene Protagonistin Regan wie Eilish kopfüber auf allen Vieren sehr schnell eine Treppe herunter. Solche und ähnliche Horrورانleihen stellen außerdem eine gewisse Selbstreferenzialität Eilishs zu ihren anderen Musikvideos wie etwa »Bury a Friend« (2019) und dem dort noch pointierter dargestellten Horrorkörper her.

Ein letzter Aspekt, der die Körperrepräsentation Eilishs vervielfältigt, besteht in den technologischen Apparaten, mit denen »Bad Guy« gehört und gesehen wird – sog. ›Mediendispositive‹ (vgl. Just 2019). Solche Apparate prägen die Wahrnehmung und Erfahrung der gerade vorgestellten körperlichen Aspekte maßgeblich mit. So stellt sich beispielsweise die beschriebene Intimität des vokalischen Körpers sehr unterschiedlich dar, wenn eine Person im Zug zwei Sitzreihen vor mir »Bad Guy« auf dem Smartphone abspielt oder ich den Song mit Kopfhörern höre. Während die Intimität im ersten Fall deutlich an Nähe verliert, scheint sich Eilishs Körper und Stimme via Kopfhörer direkt vor mir oder sogar in meinem Kopf zu befinden. Ähnlich verhält es sich visuell beispielsweise mit der Dimensionierung der abgebildeten Körper, die Zuschauer*innen je nach Gerät vom Smartphone zur Großbildleinwand als Miniatur oder im überlebensgroßen Format begreifen können.

Während mit dem eng fokussierten Blick auf »Bad Guy« bereits unterschiedliche Körper aufgezeigt werden können, wird diese Pluralität noch gesteigert, wenn Diskurse berücksichtigt werden, die Eilishs Körper thematisieren. Eine Möglichkeit, im Rahmen von SitA einen Einstieg in diese umfangreichen Diskurse zu finden und sie zu analysieren, bieten Positions-Maps.

8.5 Körperdiskurse: Positions-Maps

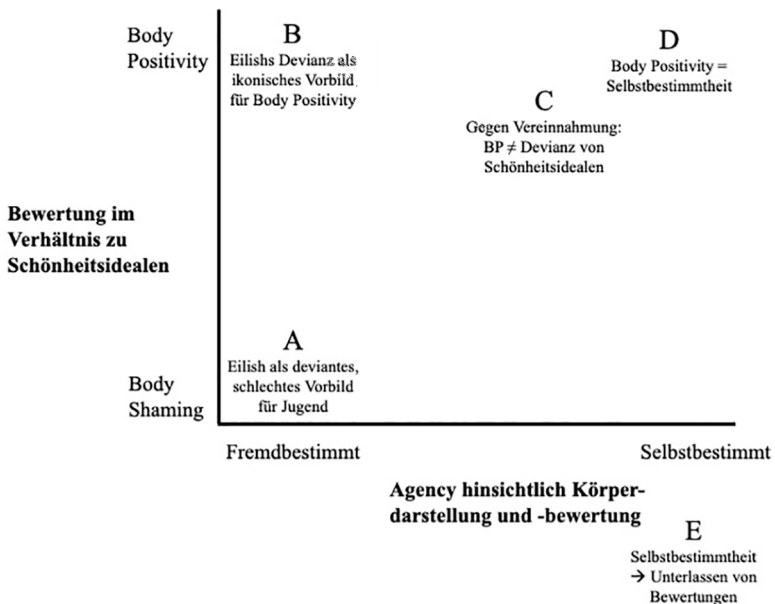
Positions-Maps verzeichnen unterschiedliche inhaltliche Positionen, die in Diskursen hinsichtlich eines Streitpunktes bezogen werden, und potenziell auch solche, die nicht bezogen werden. Unter Diskurs verstehen Clarke et al. »communication of any kind about a particular socially or culturally recognizable topic« (2018: 220-221) – im vorliegenden Fall der Körper Billie Eilishs. Um dies weiter einzugrenzen, eignet sich als Kristallisationspunkt der Kontrast zwischen ihrer für sie kennzeichnend gewordenen weiten Kleidung à la »Bad Guy« und der Abbildung der Musikerin auf dem Cover der Britischen Ausgabe der Zeitschrift *Vogue* im Juni 2021. Das Cover zeigt sie mit blonden Haaren sowie in einem Korsett, das an Hollywood Pin-Up Models der 1950er Jahre erinnert.

Innerhalb des umfangreichen Diskurses um dieses Cover lassen sich unter Zuhilfenahme von Positions-Maps der SitA verschiedene Themen identifizieren und relationieren, zu denen unterschiedliche Positionen bezogen werden (vgl. Abb. 8.2). Hierzu ist es als erstes nötig, umstrittene Punkte eines Diskurses zu identifizieren. Zu welchen Themen gibt es unterschiedliche Ansichten? Worum wird gerungen und gestritten? Grafisch bestehen Positions-Maps aus einer horizontalen und einer vertikalen Linie, die wie in Abb. 8.2 angeordnet werden.⁶ Jede der beiden Linien steht für ein umstrittenes Thema und eröffnet ein Spektrum an Positionen, die hinsichtlich dieses Themas bezogen werden (können). Die horizontale Linie im Beispiel betrifft Fragen zur Agency hinsichtlich der Darstellung und Bewertung von Eilishs Körper. »Agency« beschreibt die Handlungsfähigkeit und Wirksamkeit von Akteur*innen. Die Positionen entlang dieses Spektrums decken sowohl deskriptive (beschreibende) als auch normative (vorschreibende) Positionen ab, wer Eilishs Körperdarstellung und -bewertung bestimmt bzw. bestimmen soll. Die beiden Endpunkte der Horizontalen sind mit »Selbstbestimmtheit« (durch Eilish) und »Fremdbestimmtheit« (nicht durch Eilish) beschriftet. Die vertikale Linie betrifft als Streitpunkt die Bewertung von Eilishs Körper im Verhältnis zu Schönheitsidealen. Diese können kulturell variieren und

6 Trotz der grafischen Ähnlichkeit handelt es sich bei Positions-Maps nicht um Koordinatensysteme, da es konzeptuelle Unterschiede gibt. Der für Koordinatensysteme meistens wichtige Nullpunkt hat in Positions-Maps z.B. keine Entsprechung.

werden von Céline Leboeuf spezifiziert als »standards which, in contemporary Western culture, typically communicate that a beautiful body is slender, white, cisgender, and does not have any visible disabilities« (2019: 114). Die Endpunkte des vertikalen Spektrums zur Bewertung von Eilishs Körper bilden Body Positivity und Body Shaming. »Body Positivity« bedeutet hier eine Ansicht, nach der sämtliche Körper unabhängig von Größe, Form, Hautfarbe, Gender und Ability wertgeschätzt werden sollten. »Body Shaming« bezeichnet Handlungen und Aussagen, die zur Folge haben, dass Personen aufgrund der angenommenen Wahrnehmung ihres Körpers durch andere Scham für ihren Körper empfinden (vgl. Leboeuf 2019). Die vertikale und horizontale Linie spannen eine Map auf, auf der diskursive Positionen im Verhältnis zu den jeweiligen Streitpunkten verzeichnet werden können. Eine kurze Erläuterung von Abb. 8.2 sollte helfen, das zu veranschaulichen.

Abb. 8.2: Positions-Map zum Diskurs um Eilishs Körper.



Abbildungsquelle: eigene Abbildung.

Wenn wir unten links beginnen und uns im Uhrzeigersinn durch die Positionen bewegen, finden wir zunächst Position A, die Eilishs Körper von außen, also fremdbestimmt, im Verhältnis zu Schönheitsidealen als abweichend oder deviant markiert, deswegen abwertet und als ungeeignetes Vorbild für die Jugend, speziell Mädchen, bezeichnet. Hier ein Beispielzitat: »she could still lose some weight and get into the gym once in a while. This is NOT how we should be encouraging our daughters to behave« (@Alces2022).⁷

In relativ starkem Kontrast dazu steht Position B am anderen Ende des vertikalen Spektrums, wonach Eilishs wahrgenommene Abweichung von Schönheitsidealen positiv bewertet wird. So wird ihr zum einen das Potenzial zugeschrieben, besagte Schönheitsideale zu erweitern. Zum anderen wird ihr ein Vorbildcharakter für vergleichbare Frauen bescheinigt, um ein selbstbestätigendes und selbstbewusstes Verhältnis zum eigenen Körper zu entwickeln. Ein Beispiel ist etwa folgende Aussage zum *Vogue*-Cover: »This change can help many women with the same idea about themselves (see themselves as fat [...]) to feel more comfortable with their own bodies« (@Nycka Nunes).

Position C wiederum stammt von Eilish. Hiermit distanziert sie sich von Position B und deren Verständnis von Body Positivity, weil Position B Eilish nur über ihre Abweichung von Schönheitsidealen definiert. Eilish wiederum wehrt sich gegen eine Reduzierung auf diese Abweichung sowie gegen die zugehörige Vereinnahmung und damit Fremdbestimmtheit durch Position B. Prägnant bringt sie es folgendermaßen auf den Punkt: »It made me really offended when people were like, ›Good for her for feeling comfortable in her bigger skin,‹ [...] Jesus Christ?! Good for me? F**k off!« (Snapes 2021: n.p.).

Mit Position D wiederum formuliert Eilish ihr eigenes Verständnis von Body Positivity, das Schönheitsideale aufgibt und die bedingungslose Selbstbestimmtheit ihrer körperlichen Darstellung im Einklang mit eigenen Präferenzen ins Zentrum rückt. Vor diesem Hintergrund stellen Eilishs üblicherweise weite Kleidung und das *Vogue*-Cover eben keine Gegensätze dar, sondern unterschiedliche Möglichkeiten der von ihr formulierten Body Positivity. Eilish hier-

7 Der Einfachheit halber zitiere ich hier Beiträge aus nur einem Diskussionsthread zur Frage »What do you think of Billie Eilish's dressing style?« samt verwandter Fragen. Die Diskussion ist hier verfügbar: <https://www.quora.com/What-do-you-think-of-Billie-Eilishs-dressing-style> (10.12.2024). Sämtliche Referenzen mit Handles von User*innen verweisen auf diesen Thread. Die damit illustrierten Positionen finden sich aber keineswegs nur hier wieder, sondern auch in anderen sozialen Medien.

zu: »It's all about what makes you feel good. If you want to get surgery, go get surgery. If you want to wear a dress that somebody thinks that you look too big wearing, f**k it – if you feel like you look good, you look good« (Snapes 2021: n.p.).

Position E wiederum beschreibt hinsichtlich des *Vogue*-Covers einen retrospektiven Blick, indem die vorherige weite Kleidung u.a. mit der Absicht begründet wird, dass Eilish ihren Körper den Blicken und der Bewertung anderer entziehen wollte. Dieser Punkt, der von Eilish u.a. im eingangs beschriebenen Calvin Klein-Werbespot gemacht wird, befindet sich gewissermaßen nur halb auf unserer Map. Denn einerseits wird zwischen Fremd- und Selbstbestimmtheit das Gewicht auf Selbstbestimmtheit gelegt. Eilish versucht nämlich, ihren Körper dem öffentlichen Zugriff zu verweigern, während weitere Diskursteilnehmer*innen analog betonen, niemand habe überhaupt das Recht, ihren Körper zu thematisieren. Insofern lässt sich diese Position nicht in der Vertikalen unserer Map verorten, da der Punkt ist, die Bewertung von Eilishs Körper im Verhältnis zu Schönheitsidealen zu unterlassen. Zur Veranschaulichung kann folgendes Zitat dienen: »people really need to start minding their own business and stop telling people what they can and cant wear. :|« (@Pratikshya Thapa).

Die Systematik von Positions-Maps hat abschließend den Vorteil, dass Positionen sichtbar gemacht werden können, die denkbar wären, aber nicht artikuliert werden. Sie stellen somit diskursive Leerstellen oder diskursives Schweigen dar (vgl. Clarke et al. 2018: 172). So ist unsere Map beispielsweise unten rechts leer. Dies würde eine Position selbstbestimmten Body Shamings betreffen, die ich im gesichteten Material nicht gefunden habe. Als Konsequenz wäre ein nächster Schritt die gezielte Suche nach Aussagen, die diese Position vertreten. Bleibt diese Suche erfolglos, haben wir es mit einer diskursiven Leerstelle zu tun, die mittels Positions-Maps sichtbar gemacht werden kann.

All diese exemplarischen Positionen basieren auf Ausschnitten und erheben nicht den Anspruch, die Vielfalt der diskursiven Konstruktion von Eilishs Körper abzudecken. Zum einen basiert meine Analyse auf einzelnen Teilen eines geradezu uferlosen Diskurses und zum anderen stellen die ausgewählten Streitpunkte (also die horizontale und die vertikale Linie) ebenfalls nur zwei aus einer großen Menge dar. Denkbar wären beispielsweise noch die Sexualisierung von Eilish, das *Vogue*-Cover im Lichte von Authentizitätszuschreibungen, Fragen zu Mental Health oder die Monetarisierung von Eilishs körperlicher Verweigerung durch die Kooperation mit Calvin Klein (vgl. Musikwirtschaft-Kapitel im vor-

liegenden Buch). Nichtsdestotrotz veranschaulicht die vorhergehende Analyse erstens, wie der Beginn einer Diskursanalyse zu Eilishs Körper mit SitA aussehen kann, und zweitens, dass nicht nur Eilishs eigene Handlungen ihren Körper hervorbringen, sondern auch die Zuschreibungen von Rezipient*innen.

8.6 Schluss

Eine Betrachtung von »Bad Guy« und Körperdiskursen unter Zuhilfenahme von Mapping-Verfahren der SitA offenbart eine körperliche Vielfalt, deren Zusammenhalt sich daraus ergibt, dass die Persona Billie Eilish als verbindender Bezugspunkt dient. Diese Vielfalt verdeutlicht den Konstruktionscharakter von Körpern, die so als heterogen und wandelbar verstanden werden können. Damit untergräbt sie Vorstellungen von festgeschriebener körperlicher Einheitlichkeit und Geschlossenheit, denen wiederum Ideen essenzialistisch-»natürlicher« Körper zugrunde liegen. Statt als *Einheit* stellen sich Körper somit als *Vielheit* dar. Durch die Berücksichtigung unterschiedlicher Zuschreibungen in Körperdiskursen wird diese Pluralität zudem gesteigert und als umstritten ersichtlich, womit Star-Körper zum Austragungsort konkurrierender Konstruktionen und Bewertungen werden. Insofern geht es in den untersuchten Beispielen keineswegs nur um Eilish, sondern darüber hinaus um grundlegende gesellschaftliche Verständnisse von Körpern, um deren Bewertung und Regulierung.

Weiterführende Aufgabenstellung



- Live-Performance von »Bad Guy«: Sehen Sie sich eine Aufnahme von einer Live-Performance von »Bad Guy« an (z.B. auf dem Reading Festival 2019). Fertigen Sie hierzu eine Situations-Map mit Fokus auf Körpern an. Worin bestehen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum Videoclip? Halten Sie Ihre Beobachtungen und Überlegungen in einem Memo fest.
- Positions-Maps: Recherchieren Sie online Diskussionen, die sich um den Song und das Video von Nicki Minaj »Anaconda« (2014) drehen. Identifizieren Sie Inhalte oder Fragen, über die in diesen Diskussionen gestritten und gerungen wird. Benennen Sie mit Positions-Maps Positionen innerhalb dieser Diskussionen und setzen Sie sie ins Verhältnis zueinander. Halten Sie Ihre Beobachtungen und Überlegungen in einem Memo fest.

- Gruppenarbeit – Historischer Vergleich: Teilen Sie sich in zwei Gruppen auf. Gruppe 1 erstellt eine Situations- und eine Positions-Map zu »Macho Man« der Band Village People für den groben Zeitraum der Erstveröffentlichung 1978. Gruppe 2 erstellt Maps zur Verwendung desselben Songs in Donald Trumps Wahlkämpfen 2020 und 2024. Stellen Sie sich Ihre Maps anschließend gegenseitig vor und diskutieren Sie, wie sich die Situierung des Songs verändert hat. Für diese Aufgabe eignet sich auch ein Vergleich der beiden Versionen von Christina Aguileras »Beautiful«.



Songs

- Arca: »Nonbinary« (2020): <https://www.youtube.com/watch?v=gfGz4MTQ28I>
- Christina Aguilera: »Beautiful« (2002): <https://www.youtube.com/watch?v=gOUzhAA4Vog>
- Christina Aguilera: »Beautiful« (2022): <https://www.youtube.com/watch?v=7kEwCXLdbZ8>
- Nicki Minaj: »Anaconda« (2014): <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4oRsWs>
- Village People: »Macho Man« (1978): <https://www.youtube.com/watch?v=Zg3q6qW2aKo>



Lektüreempfehlungen

- Clarke, Adele E.; Washburn, Rachel und Frieze, Carrie S. (2018): *Situational Analysis: Grounded Theory After the Interpretive Turn*. 2. Auflage. Los Angeles: Sage.
- » In dieser grundlegend überarbeiteten Auflage stellen die Autorinnen Situationsanalyse nachvollziehbar und umfassend vor. Die theoretischen Grundlagen für eine Forschungshaltung, die auf Komplexität zielt, werden hier ebenso gründlich aufgearbeitet, wie sämtliche Mapping-Verfahren ausführlich, praxisnah und anhand detaillierter Beispiele erprobt werden. Es gibt eine deutsche Übersetzung der Erstauflage (Clarke, Adele (2012): *Situationsanalyse. Grounded Theory nach dem Postmodern Turn*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften). Zu bedenken ist hierbei allerdings, dass ein komplettes Kapitel fehlt.

Special Issue: *Rock Your Body: Körper in Interaktion mit populärer Musik* (= *Samples* 22, 2024). Hg. von Lea Jung, Theresa Nink, Daniel Suer, Yalda Yazdani und Florian Heesch. Link: <https://gfpm-samples.de/index.php/samples/issue/view/31> (open access).

- » Die Sonderausgabe trägt Artikel zu Körpern und Körperlichkeit diverser Popmusikulturen zusammen. Die thematische Breite reicht von Schönheitsstandards im K-Pop über den körperlichen Umgang mit Player Pianos zur Körpersynchronisation von Menschen mit Demenz und mehr.

Wicke, Peter (2001): Sound-Technologien und Körper-Metamorphosen: Das Populäre in der Musik des 20. Jahrhunderts. In: *Rock- und Popmusik*. Hg. von Peter Wicke. Laaber: Laaber (Handbuch der Musik im 20. Jahrhundert 8). S. 13-60.

- » Wicke liefert einen breit angelegten Überblick über die Bedeutung des Körpers für die populäre Musik des 20. Jahrhunderts. Auch wenn dem Text sein Alter stellenweise anzumerken ist, kann die beschriebene Verzahnung von Klangtechnologien, Klängen und Körpern mit Gewinn gelesen werden.

Literatur

Breuer, Franz; Muckel, Petra und Dieris, Barbara (2018 [2009]): *Reflexive Grounded Theory: Eine Einführung für die Forschungspraxis*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer.

Clarke, Adele E. und Keller, Reiner (2011): »Für mich ist die Darstellung der Komplexität der entscheidende Punkt«: Zur Begründung der Situationsanalyse. In: *Grounded Theory Reader*. Hg. von Günther Mey und Katja Mruck. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 109-131.

Clarke, Adele E.; Washburn, Rachel und Fries, Carrie S. (2018): *Situational Analysis: Grounded Theory After the Interpretive Turn*. 2. Auflage. Los Angeles: Sage.

Just, Steffen (2019): Musikanalyse als Mediendispositivanalyse: Perspektiven einer Neuorientierung für die Popmusikforschung. In: *(Dis-)Orienting Sounds: Machtkritische Perspektiven auf populäre Musik*. Hg. von Ralf von Appen und Mario Dunkel. Bielefeld: transcript (Beiträge zur Populärmusikforschung 45). S. 187-209.

- Leboeuf, Céline (2019): What Is Body Positivity? The Path from Shame to Pride. In: *Philosophical Topics* 47/2: 113-128.
- Müller, L.J. (2018): *Sound und Sexismus. Geschlecht im Klang populärer Musik: Eine feministisch-musiktheoretische Annäherung*. Hamburg: Marta Press.
- Schüttpelz, Erhard (2010): Körpertechniken. In: *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung* 1/1: 101-120.
- Seeling, Stefanie und Pütz, Franziska (2018): Inanspruchnahme kieferorthopädischer Behandlung durch Kinder und Jugendliche in Deutschland: Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2 und Trends. In: *Journal of Health Monitoring* 3/4: 78-85.
- Snapes, Laura (2021): »It's All About What makes You Feel Good«: Billie Eilish On New Music, Power Dynamics, And Her Internet-Breaking Transformation. In: *British Vogue* 6/2021. Link: <https://www.vogue.co.uk/news/article/billie-eilish-vogue-interview> (10.12.2024).
- Suer, Daniel und Heesch, Florian (2025): Adele Clarke's Situational Analysis and Its Potential for Popular Music Studies. In: *The Intellect Handbook of Popular Music Methodologies*. Hg. von Mike Dines, Shara Rambarran und Gareth Dylan Smith. Bristol: Intellect Press. S. 256–275.

9 | GENDER

»Might seduce your dad type«

L.J. Müller



Themen

Geschlechter- und Diskriminierungstheorie, Stimmanalyse, hörbare Körper, Musiksemiotik, klangliche Adressierungen



Zusammenfassung

Dieses Kapitel erläutert Grundlagen der Geschlechtertheorie und setzt diese in Beziehung zu Musik. Es beginnt mit einer grundlegenden Einführung in geschlechtertheoretische Begriffe und Konzepte. Darauf aufbauend werden drei Analysemöglichkeiten für Geschlechterverhältnisse in Musik – musiksemiotische Analyse, hörbare Körper und die Analyse hörbarer Adressierungen – vorgestellt und anhand von Beispielen aus dem Song »Bad Guy« veranschaulicht. Abschließend wird die erste Minute des Songs einer genauen Stimm-Analyse unterzogen.



Lernziele:

Geschlechter- und Diskriminierungstheorien: Ich kenne grundlegende Begriffe und Konzepte.

Musik und Macht: Ich verstehe, dass und wie Musik zur Reproduktion von Diskriminierung beiträgt.

Stimmanalyse: Ich kenne verschiedene Möglichkeiten zur Analyse der Stimme mit Fokus auf geschlechtsspezifische Aspekte.

9.1 Einleitung

»Popular music is a powerful technology of gender«

(Susanna Välimäki 2017: 343)

Geschlecht und die damit verbundenen Ungleichheitsverhältnisse (=Sexismus) spielen im Popbereich überall eine Rolle: von den Vertrags- und Produktionsbedingungen über die Lyrics, Bühnenshows und Musikvideos bis hin zu den Diskursen über Musik und den Erwartungen an das Aussehen und Verhalten von Sänger*innen. Aber: Popmusik ist auch sehr vielfältig und schnelllebig und ein Ort, an dem von etablierten Normen abweichende Geschlechterbilder und -verhältnisse immer wieder Aufmerksamkeit und Anerkennung erhalten. Auch Musik und Sound stehen nicht außerhalb dieser Dynamik. Wie wir uns diesem Themenkomplex musikanalytisch annähern können und welche Rolle Gender in Billie Eilishs »Bad Guy« spielt, werde ich im Folgenden erläutern. Doch dazu brauchen wir zuerst ein paar Grundlagen.

9.2 Grundlagen der Geschlechtertheorie

Geschlecht ist keinesfalls ein einfacher Begriff. Das liegt unter anderem daran, dass mit diesem Wort unterschiedliche Dinge bezeichnet werden. Aus dem Englischen stammt die Unterscheidung von biologischem Geschlecht (Englisch: »sex«) und kulturell vermittelten Vorstellungen von Geschlecht (Englisch: »gender«). Diese ist hilfreich, um sich bewusst zu machen, dass vieles, was mit Geschlecht, z.B. mit Männlichkeit oder Weiblichkeit, verbunden wird, keinesfalls biologisch ist (Beispiel: die geschlechtliche Kodierung der Farben rosa und blau).

Allerdings gibt es an dieser Zweiteilung (sex/gender) auch Kritik, denn sie wiederholt einen Dualismus zwischen Natur und Kultur und erweckt den Eindruck, dass es immer möglich ist, einen biologischen und einen kulturellen Anteil sauber zu unterscheiden (vgl. Butler 2014: 24-27). Außerdem ist eine weitere Unterteilung des Begriffs möglich, die z.B. zwischen grammatischem, juristischem, anatomischem, hormonellem, sozialem und psychischem Geschlecht unterscheidet. Begriffe wie »Mann« oder »Frau«, als

Selbstbild oder als Fremdzuschreibung, verweisen entsprechend auf ein Zusammenspiel (doing gender) von kulturellen, sozialen, biologischen und psychischen Faktoren (vgl. Gildemeister 2010).

Es ist daher auch nicht hilfreich zu versuchen, einen Kern von Männlichkeit oder Weiblichkeit festzulegen. Solche Versuche sind essentialistisch, d.h., sie gehen von einem einzigen unveränderlichen Faktor aus, nach dem sich ein Geschlecht eindeutig bestimmen ließe. In essentialistischen Geschlechtervorstellungen werden dabei die vielen Aspekte, die Geschlecht ausmachen, und die vielen Arten und Weisen, in denen Geschlechter historisch und gegenwärtig gelebt wurden/werden, auf ein einziges Grundschema zurückgeführt. Kulturelle und gesellschaftliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern (z.B. im Verhalten oder in zugeschriebenen Aufgaben) werden dann als Ausdruck biologischer Unterschiede verstanden und erscheinen so »natürlich« (vgl. Wetterer 2010).

Dabei ist Geschlecht eine politische und sehr umkämpfte Kategorie: Die Vorstellungen von Geschlecht, die gesellschaftlich vermittelt werden, haben eine große Auswirkung auf individuelle Selbstbilder und Lebenswege; daher gibt es von vielen Seiten ein großes Interesse daran, auf diese Vorstellungen Einfluss zu nehmen. Der Eindruck von Natürlichkeit ist in diesen Kämpfen ein relevanter Machtfaktor.

Außerdem sind Männlichkeit, Weiblichkeit und verschiedene Formen nicht-normativer Geschlechtlichkeit nicht gleichwertig. Das bedeutet, dass unterschiedliche Geschlechter nicht einfach nur mit unterschiedlichen Bedeutungen, Rollen oder Assoziationen verbunden sind (z.B. mit den Farben rosa und blau), sondern dass die verschiedenen Geschlechter einerseits als Norm (männlich) und andererseits als Abweichung (weiblich, divers) behandelt werden (vgl. Beauvoir 2012).

Dieses sogenannte »Othering« gegenüber Frauen, Inter, Trans* und Queers* bzw. die Normierung von heterosexueller Männlichkeit zeigt sich auf vielen Ebenen und hat weitreichende Auswirkungen. So ist oft unklar, ob mit einem Begriff (z.B. »Sänger«) nur Männer oder alle Geschlechter gemeint sind. Solche Unklarheiten sind nicht nur wissenschaftlich ein Problem, sondern erzeugen Machtungleichgewichte.

Männer werden in kulturellen Produkten oft als Norm adressiert. Auf Bildern und in Filmen wird eine solche implizite Adressierung männlicher Blick (»Male Gaze«) genannt. Dabei wird eine Kameraperspektive eingenommen,

die sich an den angenommenen Wünschen heterosexueller Männer orientiert und oft die Perspektive des meist männlichen, aktiv-handelnden Filmhelden einnimmt, während sie Frauen zu Blickobjekten macht, die von außen betrachtet werden (vgl. Mulvey 1994). Wie ich später zeigen werde, spielt eine solche implizite Adressierung auch im Sound von »Bad Guy« eine Rolle.

Unterschiede in der Adressierung strahlen dabei zurück auf den Inhalt von Männlichkeit und Weiblichkeit: Ein aktives auf Frauen gerichtetes Begehren sowie gesellschaftliche Macht und Relevanz sind Teil weit verbreiteter Vorstellungen von Männlichkeit. Während andererseits das Aussehen von Frauen permanent bewertet und begutachtet wird, als wäre Weiblichkeit gleichbedeutend mit Betrachtet-Werden.

Insgesamt stabilisiert und naturalisiert sich hierdurch ein gesellschaftliches Machtungleichgewicht. Dieses Machtungleichgewicht wird auf vielen gesellschaftlichen Ebenen zugleich erzeugt, wodurch die Ungleichheit normal erscheint. Die Kategorien »Mann« und »Frau« sind in ihrer Bedeutung von diesem Machtungleichgewicht geprägt. Es ist daher auch nicht möglich, Geschlecht ohne Berücksichtigung dieses Kontextes zu analysieren.

Zudem muss in der Analyse von Geschlecht auch der Einfluss anderer diskriminierender bzw. privilegierender Faktoren berücksichtigt werden. Schwarze Frauen werden beispielsweise anders diskriminiert als weiße Frauen, wobei Rassismus und Sexismus sich nicht einfach addieren, sondern zusätzlich eigene rassistisch-sexistische Diskriminierungsmuster wirken (vgl. Crenshaw 2005). Mit dem Begriff »Intersektionalität« wird die gegenseitige Beeinflussung und Abhängigkeit verschiedener Diskriminierungsformen (Rassismus, Sexismus, Heteronormativität, Klassismus, Transfeindlichkeit etc.) bezeichnet (vgl. Lenz 2010; Identität-Kapitel im vorliegenden Buch).

Die in Popmusik transportierten Geschlechtervorstellungen sind ebenfalls intersektional und stehen in Beziehung zu den in vielen anderen Medien und im gesellschaftlichen Alltag vermittelten Vorstellungen von Geschlecht und der Asymmetrie zwischen verschiedenen Geschlechtern. So trägt auch Popmusik zur Reproduktion dieses Ungleichgewichts bei; zugleich finden aber auch viele Kämpfe um Veränderungen und neue Möglichkeiten, Geschlecht zu leben, im Popkontext statt. Billie Eilishs Song »Bad Guy« steht in diesem Spannungsfeld und zitiert die Muster heteronormativ-sexistischer Geschlechterordnung in veränderter Form, wodurch das Potenzial entsteht, die etablierten Machtverhältnisse infrage zu stellen.

9.3 Nicht-normative Geschlechtsidentitäten/Queerness

Bevor ich nun auf die Musik eingehe, möchte ich noch kurz nicht-normative und queere Geschlechtsidentitäten thematisieren. Damit ist eine Vielzahl von unterschiedlichen Möglichkeiten gemeint, die von einer anscheinenden Normalität abweichen, in der Männlichkeit zum zentralen Ausgangspunkt für alles Menschliche wird und Weiblichkeit ein auf Männlichkeit bezogenes ergänzendes Anderes ist.

Die Begriffe »queer« und »nicht-normativ« sind dabei bewusst offengehalten. Sie sind als negative Begriffe zu verstehen, d.h. sie haben nicht primär einen eigenen bestimmbaren (positiven) Inhalt, sondern grenzen sich negativ gegen etwas ab. Queer meint also eine Abweichung von zweigeschlechtlich-heterosexuellen Normalitätsvorstellungen. Damit kann Queerness als subversive Praxis (queering) verstanden werden, die immer neue Möglichkeiten anbietet, Geschlecht und Sexualität zu denken und zu leben (vgl. Jarman 2011: 13-17; Hawkins 2015: 13). Der Begriff »queer« war dabei ursprünglich eine Beleidigung, die abweichende Sexualitäten (insb. Homosexualität) abwerten sollte, aber dann als Selbstbezeichnung angeeignet wurde (vgl. Butler 2014: 307-332).

In der Popkultur sind verschiedene queere Selbstdarstellungen verhältnismäßig häufig (vgl. Hawkins 2015: 13; Taylor 2008) und haben eine lange und vielfältige Tradition (vgl. Leibetseder 2010). Nichtsdestotrotz ist die Musikszene bis heute deutlich männlich dominiert (vgl. *female:pressure Trouble Maker* 2024). Während die Präsenz queerer Identitäten im Popbereich dazu beiträgt, diese sichtbarer und auch »normaler« zu machen sowie einen positiven Bezugspunkt für entsprechende Subkulturen zu bieten, kann sie aber auch Konsuminteressen dienen: Die Überschreitung gesellschaftlicher Normen im Popbereich hat etwas Aufregendes und befriedigt so voyeuristische Neugier und einen Wunsch nach Abwechslung. Die Sichtbarkeit von Queerness im Pop kann auch als eine Art spektakuläre Ausnahme erscheinen, welche ein tolerantes gesellschaftliches Selbstbild bestätigt, ohne dass hierdurch aber nachhaltige gesellschaftliche Veränderungen eintreten (vgl. Leibetseder 2017: 309).¹

1 Zur tieferen Reflexion subversiver und reproduzierender Effekte sowie ihrer gegenseitigen Abhängigkeit bietet sich das De_Stabilisierungsdreieck von Jule Bönkost (2023: 152-153) als methodisches Werkzeug an. Dieses aus der Critical Whiteness stammende Werkzeug hilft,

Die Präsenz und Akzeptanz queerer oder anderer empowernder Identitäten im Popbereich sollte daher nicht darüber hinwegtäuschen, dass Menschen, die offen homosexuell, inter oder trans* sind oder durch Kleidung und Verhalten geschlechtsspezifische Erwartungen brechen, immer noch häufig Opfer von Ausgrenzung und Gewalt werden. Ebenso ist zwischen öffentlichen Popdarstellungen und den oft nach wie vor diskriminierenden Erfahrungen zu unterscheiden, die nicht-männliche Artists hinter den Kulissen machen (vgl. Believe et al. 2023).

Aber wie zeigt sich all das jetzt in Musik? Die Analyse von Geschlecht und Sexualität in Popmusik ist, wie aus dem vorangegangenen erkennbar wurde, immer auch eine machtkritische Musikanalyse. Ich möchte hierfür drei Ansätze vorstellen.

9.4 Geschlecht und Sexualität als Gegenstand der Musikanalyse: Musiksemiotik

Mittlerweile weitverbreitet und etabliert ist die musiksemiotische Analyse. Der Begriff ›Semiotik‹ stammt vom altgriechischen *σημείον/sēmeïon*, was ›Zeichen‹ oder ›Signal‹ bedeutet, und bezeichnet die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Zeichen. In der Musiksemiotik wird angenommen, dass Musik wie auch Sprache Bedeutungen trägt, dass also ein Instrument oder ein Rhythmus bestimmte Assoziationen weckt. Viele dieser Assoziationen sind mit Geschlecht oder Sexualität verbunden. Mittlerweile unumstritten wurde die Etablierung der Musiksemiotik in den 1980er und 90er Jahren u.a. von feministischen Musikwissenschaftler*innen wie Susan McClary vorangetrieben. McClary argumentierte beispielsweise gegen die verbreitete akademische Vorstellung einer ›reinen‹ Musik ohne Bezug zur außermusikalischen Realität und arbeitet heraus, dass die Abwehr einer solchen Verbindung möglicherweise auf einer gleichzeitigen Angst vor dem Körper und vor Weiblichkeit basiert (vgl. McClary 2002). In der Popmusik wurde musiksemiotische Forschung vor allem von Philip Tagg vertreten, der ein detailliertes Modell zur musiksemiotischen Analyse entwickelte (vgl. Tagg 2000).

vermeintliche Widersprüche aufzulösen und die Potenziale von Ambivalenzen zu reflektieren, statt sich in der Suche nach ›reinen‹ Lösungen zu verlieren.

In einer musiksemiotischen Analyse geht es darum, die zeichenhaften Bedeutungen eines Sounds, eines Motivs, einer harmonischen Progression, eines Rhythmus, einer Besetzung, eines Stimmklangs o.ä. herauszuarbeiten. Diese Bedeutungen sind dabei aus dem Musikstück selbst (meist) nicht ablesbar, sondern entstanden durch den Einsatz eines musikalischen Aspekts in anderen Kontexten (z.B. als Filmmusik, in Verbindung mit bestimmten Bühnenshows, wiederholter Inhalt der Lyrics etc.). Ein Klangaspekt wurde so durch wiederholte Verbindungen mit einem bestimmten Kontext mit Bedeutung aufgeladen. Die Analyse musiksemiotischer Bedeutungen muss daher auf andere Musikstücke oder auf wissenschaftliche Literatur Bezug nehmen.

Machtungleichgewichte zeigen sich dabei insbesondere durch die Verknüpfungen von Männlichkeit und Weiblichkeit mit unterschiedlichen Assoziationsfeldern. Langlebige und oft stereotype Verknüpfungen musikalischer Parameter mit Geschlecht wurden mittlerweile vielfach belegt (vgl. Tagg und Clarida 2003: 669-677; McClary 2002: 8; Rieger 1988: 138; Gadir 2017).

In »Bad Guy« kann als Beispiel für einen verweisenden Sound der schnell wiederholte Hi-Hat-Sound (Min. 2:34) dienen. Dieser stellt eine assoziative Nähe zu Spinnen her. So wurde ein ähnlicher Klang in Eilishs Song »You Should See Me in a Crown« eingesetzt, in dessen Video Spinnen eine prominente Rolle spielen (z.B. bei Min. 2:00).² Auch in Taylor Swifts Video zu »...Ready For It?« begleitet ein klanglich sehr ähnlicher schneller Hi-Hat-Sound Visuals von sich schnell bewegenden Spinnen (ca. Min. 0:40).³ Über die Recherche weiterer ähnlicher Quellen kann ggf. der Ursprung und die historische Entwicklung solcher musikalischer Zeichen herausgearbeitet werden (= Genealogie).

Die Assoziation von Spinnen trägt im Song zu einer Atmosphäre von unheimlicher Bedrohlichkeit bei. In Bezug auf Geschlecht verweist sie auf das Klischee der Schwarzen Witwe, die ihre Partner tötet und frisst, und als Sinnbild »böser«, d.h. für Männer bedrohlicher, Weiblichkeit und Sexualität gilt.

2 Das YouTube-Video ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=AhoYs5oCqO8> (24.02.2025).

3 Das YouTube-Video ist hier verfügbar: <https://www.youtube.com/watch?v=w1ft-t-MQuE> (24.02.2025).

9.5 Geschlecht und Sexualität als Gegenstand der Musikanalyse: Der hörbare Körper

Ein weiterer Ansatz, Geschlecht und Sexualität in Popmusik zu analysieren, geht vom hörbaren Körper aus. Damit ist nicht der reale Körper eines Sängers oder einer Sängerin gemeint, sondern eine Vorstellung, die vom Klang ausgelöst wird. Der hörbare Körper ist also eine Projektion, die nicht dem realen Körper einer Sänger*in entspricht (vgl. Connor 2000: 35; Müller 2018).

Maßgeblicher Ausgangspunkt für diese Körpervorstellung ist der Stimmklang. Aus dem Stimmklang lassen sich eine Vielzahl von Informationen (oder zumindest Vermutungen) heraushören beispielsweise über Stimmung, Gesundheitszustand, Körpergröße, Gesichtsausdruck, Körperhaltung, Bewegungen, Charakter, Motive etc. (vgl. Sendlmeier 2013). Zudem werden durch Raumklang und Lautstärke Informationen über Entfernung und Umgebung vermittelt (vgl. Duguay 2022; Zagorski-Thomas 2015: 119-124). Der Stimmklang in populärer Musik ist dabei immer bearbeitet und die so entstehenden hörbaren Körper sind ein Resultat aus einer Kombination von Gesangsstimme und Audiotechnik. Die hörbaren Körperbilder sind damit keine Realitätsabbildungen, sondern immer fantastisch, wobei es offensichtlich fiktive Körper gibt (z.B. Vocoder, die mechanische Körper suggerieren), und solche, die zwar natürlich scheinen, deren Natürlichkeit aber ebenso durch Bearbeitungstechniken entsteht (z.B. die Betonung von Atem- und anderen Nebengeräuschen durch Kompression). Popmusik generiert so auch Vorstellungen von »natürlicher« Körperlichkeit. Wechselnde Körperbilder oder Kontraste zwischen künstlich(er)en und natürlich(er)en Körperbildern werden außerdem als musikalische Stilmittel in Popmusik eingesetzt (Beispiel: »Believe« [1998] von Cher).

Hörbare Körper haben auch ein Geschlecht. Statistische biologische Geschlechtsmerkmale in der Stimme (v.a. in Tonumfang und Resonanzraum, basierend auf unterschiedlicher Kehlkopf- und Kopfgröße) sind aber im Stimmklang mit vielen weiteren Informationen vermischt und die hörende Zuschreibung eines Geschlechts basiert immer auf einer Kombination unterschiedlicher Informationen. Dabei gibt es mit Geschlecht verbundene Parameter der Stimme, bei denen unklar ist, inwieweit sie biologisch-physiologisch begründet oder sozialisiert sind, wie beispielsweise Behauchung (vgl. Pépiot 2012). Viele dieser Parameter sind allerdings zugleich sprachspezifisch

(d.h., dass die so belegten Geschlechterunterschiede im Englischen, Deutschen oder Japanischen unterschiedlich stark ausfallen), was daraufhinweist, dass sie kulturell begründet sind. Da die Stimme im Alltag das Medium der Sprache und zugleich der Selbstpräsentation ist, steht sie unter einem kulturellen Anpassungsdruck, nicht nur sprachlich, sondern auch geschlechtlich verständlich zu sein.

Außerdem ist in der Popmusik zu beachten, dass es zahlreiche geschlechtsspezifische Gesangs- und Produktionstechniken gibt (vgl. Duguay 2021; Wang und Horwát 2019). Der Eindruck von Männlichkeit und Weiblichkeit ist entsprechend auch durch die räumliche Position der Stimme, ihre räumliche Verteilung, die Verwendung von bestimmten Gesangsfloskeln, den Einsatz verschiedener Effekte usw. beeinflusst.

Für die Analyse des hörbaren Körpers ist dabei nicht unbedingt ein Wissen über Produktionstechniken erforderlich. Wichtig ist es zu beschreiben, welche klanglichen Eigenschaften ein bestimmtes Körperbild erzeugen. Anders gesagt: Der Klang wird selbst als produktiv (er produziert ein Körperbild) und nicht als Produkt (von Aufnahme- und Produktionstechniken) verstanden.⁴

Beispielsweise ist die wiederholte Lautstärkemodulation auf dem Wort »ba-a-a-a-d« offensichtlich durch einen künstlichen Klangeffekt generiert (vgl. Sound-Kapitel im vorliegenden Buch). In der Analyse des hörbaren Körpers steht aber die durch diesen Klang vermittelte Vorstellung eines körperlichen Prozesses im Zentrum. Der Effekt erzeugt so den Eindruck einer flackernden Atmung bzw. einer Art weicher Knarrstimme mit langsamer Knarr-Frequenz. Dies kann dann wiederum als klanglicher Ausdruck einer Haltung oder Emotion der im Klang erzeugten imaginären Persönlichkeit/Persona (vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch) angesehen werden, z.B. als ironische Selbstdistanzierung, mit einer klanglich-assoziativen Nähe

4 Für solche Analysen des hörbaren Körpers ist die Kenntnis akustisch-phonetischer Prozesse hilfreich. Für einen tieferen Einstieg in dieses Thema empfehlen sich Einführungen zur akustischen Phonetik, die die Funktionsweise der Stimme erklären (vgl. Neppert 1999; Pompino-Marschall 2003; Kreiman 2011). Auf der Webseite der Universität Bremen gibt es außerdem eine Einführung in die Funktionsweise der Stimme von Karl-Heinz Wagner: <http://www.fb10.uni-bremen.de/khwagner/phonetik/> (10.02.2025). Sehr lehrreich, aber auch unterhaltsam ist außerdem der interaktive Stimmgenerator Pink Trombone von Neil Thapen: <https://dood.al/pinktrombone/> (10.02.2025).

zu einem ziegenhaften Lachen. Der Sound vermittelt aber zugleich ein unheimliches Körperbild, da der so entstehende Körper natürliche und künstliche Aspekte verbindet und ihm somit etwas Monströs-Cyborghaftes anhaftet.

9.6 Geschlecht und Sexualität als Gegenstand der Musikanalyse: Die adressierte Hörposition

Zuletzt möchte ich die klangliche Adressierung thematisieren. Wir haben gesehen, dass Texte, Filme und Bilder männliche Positionen privilegiert adressieren können. Ähnliches ist auch klanglich möglich. Ganz plakativ lässt sich das in Kylie Minogues »Can't Get You Out of My Head« von 2001 bei ca. Minute 1:40 hören. Ein suggestiv-flüsternder Frauenchor gruppiert sich um eine zentrale Hörposition, wobei sich unschwer die männlich-heterosexuelle Adressierung dieses Klangs erkennen lässt. Der*die so adressierte Hörer*in, nicht die Sängerin, steht dabei im Zentrum des Songs. Auch hörbare Mimik (oft ein Lächeln), Knarrstimmen, Atemgeräusche uvm. dienen nicht selten voyeuristischen Hörinteressen (vgl. Frith und McRobbie 2007; Müller 2018) und wiederholen in anderen Medien vermittelte Vorstellungen von Weiblichkeit als verletzlichem Blick-/Hörobjekt.

Ganz im Gegensatz dazu werden weiß-männliche Sänger oft zentral abgemischt. Vermeintlich »natürliche« männlich-raue Stimmklänge werden durch die Reibung mehrerer übereinandergelegter Stimmen verstärkt. Dies vermittelt den Eindruck eines »handfesten« Körpers und unterscheidet sich deutlich von der Offenheit vieler hörbarer Frauenkörper, die keine klaren Grenzen haben (vgl. Cusick 1999). Hörbare Anstrengungen vermitteln zudem den Eindruck, dass Sänger aktiv eigene Interessen und Emotionen artikulieren. Solche körperlich-emotionalen Stimmklänge vermitteln klanglich ein somatisches (d.h. von innen empfundenes) Körperbild und erleichtern eine Identifikation mit der Position des Sängers. Hörbare innerkörperliche Anspannungen im Stimmapparat werden zudem unwillkürlich im hörenden Körper nachgebildet (vgl. Sendlmeier 2013: 34; Cox 2016: 25-35). Ähnlich wie eine Kameraperspektive können wir so eine Art sängerische Ich-Perspektive übernehmen, in der wir das stimmlich transportierte, körperlich-emotionale Innenleben des Sängers in uns selbst nachvollziehen. So werden in populärer Musik vielfach auf subtile Art und Weise männlich-heterosexuelle Perspektiven als Normalperspektiven vermittelt.

Die Herausarbeitung von Adressierungen ist die direkteste Möglichkeit, Prozesse von Normierung und Othering direkt im Klang zu analysieren. Selbstverständlich deckt aber dieses dualistische auf dem Male Gaze basierende Schema nur einen Teil der populären Musik ab. Außerdem gibt es Songs, die unterschiedliche Möglichkeiten, sich adressiert zu fühlen, gleichzeitig vermitteln. Ein Beispiel hierfür wäre z.B. »Flowers« (2023) von Miley Cyrus: Der Song ermöglicht eine Identifikation mit der selbstbewussten Stimme der Sängerin, spricht aber zugleich an vielen Stellen (v.a. durch Artikulation, Atemgeräusche, Hintergrundstimmen) auch einen Male Gaze an und ermöglicht somit unterschiedliche Rezeptionsweisen für unterschiedliche Zielgruppen.

In »Bad Guy« wurde Eilishs Stimme ebenfalls an vielen Stellen vervielfältigt und um die Hörposition herum angeordnet, die somit ins Zentrum des Songs gesetzt wurde. Allerdings ist diese adressierte Hörposition keinesfalls so komfortabel wie in Kylie Minogues Song: Eilishs Stimmen sind so nahe aufgenommen und abgemischt (besonders auffällig ab Min. 2:55; v.a. die Atemgeräusche), dass sie eine grenzüberschreitende bedrohliche Nähe suggerieren und damit die Nähe und Distanz zwischen Hörer*in und Sängerin selbst zum Thema machen. Damit entsteht im Hören ein Bewusstsein für die Adressierung. Dies ermöglicht eine selbstdistanzierte Hörweise, in der das durch die akustische Anordnung adressierte »you« nicht mehr mit dem hörenden Selbst gleichgesetzt wird. Die Interaktion zwischen Eilish und der adressierten Hörposition wird so selbst – wie eine Theaterszene – aus einer betrachtenden Distanz erfahrbar, ohne dass im Hören eine der beiden Positionen eingenommen werden müsste. Der in den Lyrics angesprochene »tough guy« kann damit zum Objekt werden, bzw. Eilishs Umgang mit ihm als adressierte Leerstelle wird zum Teil der klanglichen Performance. Der in dieser Adressierung enthaltene männliche Blick wird so nicht übernommen, sondern wird selbst durch die Übersteigerung sichtbar und die implizite männliche Perspektive selbst verletzlich.

Die musiksemiotischen Bedeutungen von Stimmklängen, die hörbaren Körper und die adressierten Hörperspektiven hängen dabei regelmäßig zusammen. Eindruck und Wirkung von Geschlecht und Sexualität in einem Song entstehen entsprechend in einem Zusammenspiel dieser Ebenen. Im Folgenden möchte ich eine Stimmanalyse der ersten Minute des Songs anbieten, wobei ich die verschiedenen Ebenen zusammenführen und außerdem die verschiedenen

Aspekte der klanglichen Darstellung von Geschlecht im Song herausarbeiten werde. Wichtig ist bei einer solchen Analyse, das Gehörte möglichst genau zu beschreiben, damit die Argumentation nachvollziehbar bleibt.

9.7 I'm the ba-a-a-ad guy

Zu Beginn des Songs hören wir Eilishs Stimme zuerst ohne Text. Eilish wechselt dabei zwischen einem Summen (»mmm«) und bedeutungslosen Klang-Silben (»da-da«). Die Klangqualität ist wenig gesanglich und wirkt nicht wie eine nach außen gerichtete Performance, sondern eher als würde Eilish für sich selbst vor sich hin summen. Die Stimme artikuliert sehr leise und behaucht und die Klangqualität deutet auf eine große Nähe hin. Der Stimmklang ist außerdem schon an dieser Stelle vervielfacht, mehrstimmig und räumlich verteilt. Es entsteht insgesamt ein Eindruck von Unklarheit: Die Artikulation ist undeutlich, die Tonhöhe wegen der Mehrstimmigkeit schwer bestimmbar, die Stimme teilweise kaum zu hören und räumlich nicht zu verorten.

Mit dem Einsetzen des Textes (Min. 0:14) wird auch die Stimme klarer. Sie bleibt aber weiterhin mehrstimmig und räumlich verteilt. Die einzelnen Stimmen sind dabei sehr exakt übereinander geschichtet, sodass trotz der Mehrstimmigkeit der Eindruck einer einzigen konsistenten Stimme entsteht und nicht der Eindruck eines Chors. Bemerkenswert ist bei Eilish vor allem die Gleichzeitigkeit der Konsonanten. Dies erzeugt einen paradoxen hörbaren Körper, der an vielen Stellen zugleich zu sein scheint. Als Vergleich bietet sich der bereits erwähnte Song von Kylie Minogue an. Der vervielfachte Stimmklang bei Kylie Minogue ist zeitlich deutlich verschobener; die verschiedenen Stimmen wirken dadurch wie viele unterschiedliche hörbare Körper, so als würde Minogue sich in verschiedene Anteile aufteilen, und sind auch räumlich verteilter, sodass noch »Luft dazwischen« ist. Eilishs unterschiedliche Stimmen hängen stärker zusammen. Statt unterschiedlicher Fragmente erzeugen die äußerst ähnlichen Stimmklänge eher den Eindruck einer vervielfachten Gleichheit, die sich identisch bewegt. Der so entstehende hörbare Körper ist massiver und aufdringlich nahe und lässt dem hörenden Ich kaum einen eigenen Raum.

Die Artikulation ist etwas ungenau, so fehlen z.B. einige Endkonsonanten (z.B. »whi[te] shir[t]«, »crimina[l]«, »cynica[l]«), der Beginn von »shirt« ist

etwas gelispelt und manche Worte werden miteinander verschliffen (»nose-sleep«, »knows-think«). Die Vokale sind wenig kontrastreich, und klingen alle ein wenig Ä-artig.⁵ Dies bedeutet, dass die Sängerin bei den verschiedenen Vokalen eine ähnliche Einstellung des Mundes und der Lippen beibehält. Der Ä-artige Vokalklang (im Gegensatz zu einem U oder I) zeigt eine insgesamt entspannte Artikulation an.

Der Stimmklang ist deutlich behaucht (Behauchung klingt wie ein H-Laut und ist besonders gut bei stimmlosen Plosiven und Zischlauten, z.B. t, p, k und sch zu hören) und leicht nasaliert (gut hörbar z.B. bei »white«, »bloo-«, »do what«, wie ein n). Die primär aus einem wiederholten Rhythmus bestehende Melodie folgt dabei nicht der natürlichen Sprachmelodie der Sätze, sondern wirkt künstlich, starr und mechanisch. Besonders auffällig sind dabei die regelmäßigen Pausen innerhalb von Worten, z.B. »bloo-dy«, »a-round«, »no-one«. Die Grundtöne der Melodie bewegen sich im Bereich um 200 Hertz, was wahrscheinlich nahe an Eilishs Sprechtonlage liegt und einer entspannten, eher tiefen Lage einer biologisch weiblichen Stimme entspricht.

Auf der assoziativen Ebene sind behauchte Stimmen stark mit Weiblichkeit, Entspannung und intimer Nähe verbunden (vgl. Malawey 2020: 109-110). Nasalität kann je nach Kontext recht unterschiedliche Subtexte transportieren. Sie wird beispielsweise mit Jugendlichkeit, Entspannung und Genuss (bis hin zu Sexualität), aber auch mit Distanziertheit und Arroganz verbunden (vgl. Malawey 2020: 118-121; Sendlmeier 2013: 35). Die Kombination aller beschriebener Elemente entspricht einer Haltung der Persona von leicht distanzierter, unbeeindruckt-entspannter Langeweile und leicht von oben herab.

Ab »So you're a tough guy« ändert sich die Präsentation der Stimme erneut: Nun steht eine zentrale Stimme im Vordergrund. Diese Stimme wird zwar von weiteren Stimmen flankiert, diese stehen aber deutlich im Hintergrund. Sie wirken so verstärkend und unterstützend, als wäre Eilish nicht alleine, sondern von einer Gruppe unterstützender Peers umgeben. Es ist aber auch denkbar, die verschiedenen Begleitstimmen wie innere Stimmen zu hören. Gegen Ende werden diese begleitenden Stimmen dabei dominanter. Vor allem bei dem Satz »might seduce your dad type« ist der Stimmklang eher

5 Dieser Vokal heißt auch Schwa und hat eine Sonderfunktion in der Phonetik, weil er bei Entspannung des Vokalapparats entsteht. Er wird auch als mittlerer Zentralvokal bezeichnet und nach dem Internationalen Phonetischen Alphabet (IPA) als ə geschrieben.

chorisch, was Klischees einer suggestiv-sexualisierten Adressierung (Male Gaze) wiederholt. Die Stimme ist in diesem Abschnitt immer noch behaucht und nasaliert. Klang und Tonhöhe bleiben entspannt. Die Melodie und Artikulation sind nun aber am Inhalt der Worte orientiert und wirken so natürlicher.

Der zweite Teil dieses Abschnitts (ab »I'm the bad type«) beginnt mit einer hörbaren Inhalation. Eilishs Atmung an dieser Stelle ist sehr präsent, wirkt aber im Kontext der insgesamt großen Nähe der Stimme nicht unnatürlich laut. Sie erscheint leicht resignierend und seufzend. Solche Inhalationen kommen später im Song häufiger vor und werden dabei auch als rhythmisches Element eingesetzt. Hörbare Atmung ist in der Popmusik stark mit Weiblichkeit verbunden. Während Inhalationen bei Popsängerinnen verbreitet und ohne erkennbaren Bezug zum Thema vorkommen (z.B. Taylor Swift »Shake it off« [2014], Ariana Grande »Break free« [2014], Beyoncé »Halo« [2008], Miley Cyrus »Wrecking Ball« [2013]), tauchen deutlich hörbare Atmungen bei Sängern eher selten auf und stehen dann im Kontext von Verletzlichkeit, Natürlichkeit, Ehrlichkeit und Emotionalität (z.B. Shawn Mendes »Mountain« [2024], Justin Bieber »Love Yourself« [2015], Ed Sheeran »The A Team« [2011]). Dabei ist zudem auf die Bearbeitung der Atmung hinzuweisen: Diese wird bei Sängerinnen oft durch deutliche Kompression hervorgehoben (Kompression gleicht die Lautstärke an, sodass die Atmung im Vergleich zum Gesang verstärkt wird), während sie bei Sängern eher unscheinbar bleibt.

Außerdem ist ein angedeutetes Lächeln auf den Silben »bad«, »sad«, »mad« und »dad« hörbar. Dieses wirkt aber nicht wie ein freundliches Anlächeln, sondern distanziert. Auch hörbares Lächeln findet sich häufig in den Songs von Sängerinnen und wird bisweilen regelrecht in Szene gesetzt (Beispiele: Kylie Minogue »In Your Eyes« [2001], ca. Min. 0:46; Nancy Sinatra und Lee Hazlewood »Summer Wine« [1968], ab Min. 1:23; Abba »Dancing Queen« [1976], Min. 1:23). Hörbares Lächeln ist entsprechend mit einer freundlich-zugewendeten Vorstellung von Weiblichkeit verbunden. Eilishs Lächeln wirkt allerdings wenig einladend, sondern eher spöttisch, vermittelt aber dennoch Selbstbewusstsein und einen gewissen Spaß.

Insgesamt weckt die Stimme in diesem Abschnitt eher den Eindruck von Spontanität und Natürlichkeit im Vergleich zum vorhergehenden Abschnitt mit seinem mechanischen und durch die Vervielfältigung stark künstlichen Klang. Auch der hörbare Körper erscheint bewegter und lebendiger.

Es folgt die Titelzeile »I'm the bad guy« mit dem bereits oben erwähnten flackernden Effekt, der einen offensichtlich künstlichen hörbaren Körper erzeugt. Die Zeile beginnt jedoch ohne diesen Effekt mit einer einzelnen leicht knarrenden zentralen Stimme. Das nun folgende Flackern auf »ba-a-a-ad guy« legt, wie ich bereits beschrieben habe, für den hörbaren Körper eine entsprechend flackernde Atmung nahe, wie sie z.B. beim Lachen auftritt. Doch auch die vorangegangene Knarrstimme weist Ähnlichkeit zum Flackereffekt auf und bereitet ihn gewissermaßen klanglich vor. Knarrstimme entsteht durch ein flackerndes Aufeinanderschlagen der entspannten Stimmlippen; dieser Stimmklang entsteht z.B. beim Gähnen, wird aber auch oft im Sprechen v.a. bei vokalischen Wortanfängen verwendet. Das hier erklingende Flackern ist dabei erkennbar unreal, d.h. ein vollkommen unmöglicher Stimmklang; aber er klingt dennoch realistisch, vergleichbar mit einem realistisch wirkenden Spezialeffekt im Spielfilm.

Da dieses Flackern bisher kein etablierter Effekt ist, sind verschiedene Assoziationen möglich. Vom hörbaren Körper ausgehend möchte ich den Kontrast und die gleichzeitige Verbindung des Flackerns zum eher natürlich klingenden Satzbeginn zum Ausgangspunkt einer Deutung machen. Der Flackereffekt vermittelt den Eindruck eines zweiten Wesens, das sich mit Eilish gewissermaßen die Stimme teilt – als würde hier etwas Dämonisches in der Tiefe der Kehle sitzen. Diesem zweiten Wesen gibt Eilish aber durch ihren langsamen Gesang Raum und präsentiert es selbstbewusst. Die Beziehung zwischen den beiden Entitäten erscheint somit nicht als Kampf, sondern symbiotisch. Möglich wäre es entsprechend auch, dieses Andere in der Stimme als eine andere Seite der imaginären singenden Persönlichkeit zu interpretieren.

Insgesamt entsteht der Eindruck von Weiblichkeit klanglich auf vielen Ebenen, z.B. durch die Behauchung, die Vervielfältigung und räumliche Anordnung, die hörbare Atmung und das hörbare Lächeln. Zugleich werden diese Anzeichen von Weiblichkeit aber gebrochen und verfremdet reproduziert. Insbesondere wirkt die entstehende Persona nicht freundlich und einladend, sondern eher reserviert-ablehnend. Zudem kommt der hörbare Körper den Hörer*innen im akustischen Raum bedrohlich nahe. Die eingesetzten Effekte, v.a. das Flackern und die Vervielfältigung, erzeugen jeweils eine unheimliche Mischung aus bekannten (eher »natürlichen«) und verfremdeten Merkmalen. Hierdurch entsteht ein unnatürlicher hörbarer Körper. Dieser

wirkt übermächtig und strahlt Selbstbewusstsein und Ruhe aus. Insgesamt entsteht dadurch ein bedrohlicher Eindruck. Das so vermittelte Bild von Weiblichkeit ist keine freundliche Antwort auf den männlichen Blick, sondern eher eine latent aggressive Selbstartikulation. Nichtsdestotrotz zitiert der Song die räumliche Anordnung einer männlichen Zentralperspektive.

Wenn wir dies in den Kontext von verbreiteten Weiblichkeitsbildern einordnen, so liegt eine Nähe zur sog. »Double-Bind-Struktur« vor, in der Frauen zugleich idealisiert (Heilige/Mutter) und abgewertet (Hure/Hexe) werden. Im Double-Bind werden Frauen zugleich zu idealen Wunschobjekten wie zu gefährlichen Monstren und so zur Quelle von sowohl intensivem Begehren als auch starken Ängsten.

9.8 Schluss

Zusammenfassend steht der Song damit nicht außerhalb einer heteronormativ-sexistischen Geschlechterordnung, sondern zitiert diese – allerdings verändert. Ein entscheidender Spaßfaktor in diesem Song liegt daher m.E. in der Umkehr etablierter Geschlechter-Machtverhältnisse: Wenn wir uns beim Hören in die Position des adressierten männlichen Blicks setzen, so werden wir von einer bedrohlich-unheimlichen, grenzverletzend-nahen, akustisch-übermächtigen und latent feindlichen Stimme adressiert. Treten wir von dieser Position jedoch zurück, so können wir darüber lachen, wie sich die klangliche Verkörperung von Billie Eilish über diese vermeintlich unsichtbare, konsumierende Hörposition lustig macht, indem sie aus einer übertriebenen Machtposition heraus »falsch« auf die Erwartungen des Male Gaze antwortet und die impliziten patriarchalen Ängste und frauenfeindlichen Stereotype nutzt, um das Verhältnis umzukehren.



Weiterführende Aufgabenstellung

- Hörsensibilisierung für Geschlechtsmerkmale: Hören Sie die einzelnen Abschnitte von »Bad Guy«. Achten Sie darauf, wann und wodurch das Geschlecht des hörbaren Körpers für Sie erkennbar wird. Versuchen Sie ein anderes Geschlecht (z.B. männlich, keins) zu projizieren. Funktioniert das? Was bestätigt oder widerspricht welcher Geschlechtervorstellung? Verändert sich hierdurch

noch mehr? Wiederholen Sie diese Hörübung mit den unten angegebenen Songs und mit beliebigen weiteren Popsongs.

- Hören Sie »Bad Guy« und/oder einen der unten angegebenen Songs und achten Sie darauf, mit welchen stimmlichen Mitteln Verletzlichkeit, Selbstbewusstsein, innere Stärke und Aggressivität vermittelt werden. Achten Sie insbesondere auf Nasalisierung, Behauchung, hörbare Atmung, Aussprache, Bearbeitung, Adressierung und die räumliche Anordnung der Sänger*innen. Wie wirken diese Elemente jeweils? Optionale Ergänzung: Recherchieren Sie weitere auffällige Merkmale der Stimme und versuchen Sie, sie und ihre Wirkung zu erklären.
- Hörbarer Körper: Wählen Sie einen Song aus und versuchen Sie aus der Stimme Rückschlüsse über folgende Aspekte zu ziehen:
 - Lippenbewegungen, Mundbewegungen, Abstand, körperliche Anstrengung oder Entspannung und Körperhaltung. Recherchieren Sie dann, von welchen akustischen Parametern diese Aspekte abhängen.
 - Kleidung, Haarfarbe, Hautfarbe, Öffnung der Augen. Diese Aspekte hängen nicht direkt an akustischen Parametern, es gibt aber oft musiksemiotische Bedeutungsfelder, die bestimmte Assoziationen nahelegen. Finden Sie möglichst viele davon und recherchieren Sie deren Hintergründe. Es geht in dieser Aufgabe darum, sich die eigenen Assoziationen bewusst zu machen und deren Ursachen im Sound zu bemerken.

Songs



- Taylor Swift: »Look What You Made Me Do« (2017): <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>
- Olivia Rodrigo: »Vampire« (2023): https://www.youtube.com/watch?v=RIPNh_PBZb4
- Shirin David: »Bauch Beine Po« (2024): <https://www.youtube.com/watch?v=U5R9dA9EeB8>
- Benson Boone: »Beautiful Things« (2024): https://www.youtube.com/watch?v=Oa_RSwwpPaA



Lektüreempfehlungen

- De Beauvoir, Simone (2012 [1949]): *Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau*. Übersetzt von Uli Aumüller und Grete Osterwald. 15. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- » Beauvoirs Klassiker ist eine der wichtigsten theoretischen Grundlagen des gegenwärtigen Feminismus und sollte schon deswegen gelesen werden. Es ist aber nicht nur ein historisches Dokument, sondern in vielen Aspekten, insbesondere in der grundlegenden Theorie, immer noch aktuell. Es ist zudem leicht zu lesen und sehr anschaulich. Die zahlreichen Weiterentwicklungen feministischer Theorie (z.B. Intersektionalität, feministische Epistemologie, Performanztheorie) werden außerdem vor dem Hintergrund dieses Buchs in ihrem Inhalt und in ihrer historischen Bedeutung verständlicher, weil die Erkenntnisse von Beauvoir vielfach vorausgesetzt werden. Das Buch bietet sich daher immer noch als Einstieg in die Geschlechtertheorie an und ist eine gute Grundlage für die weitere Auseinandersetzung.
- Pecknold, Diane (2016): »These stupid little sounds in her voice«: Valuing and vilifying the new girl voice. In: *Voicing girlhood in popular music: performance, authority, authenticity*. Hg. von Allison Adrian und Jacqueline C. Warwick. New York: Routledge. S. 77-98.
- » Der Aufsatz gibt einen Überblick über stimmliche Charakteristiken, die mit Weiblichkeit und Jugend in Verbindung gebracht werden. Dabei arbeitet Pecknold am Beispiel bekannter Sängerinnen und Girl Groups heraus, wie die kollektive Vorstellung einer jugendlich-weiblichen Stimme überhaupt erst durch Aufnahmebedingungen und -praktiken entstand, und thematisiert so die Konstruktion von vermeintlich natürlichen Stimmklängen und das Problem von Natürlichkeit in Bezug auf Stimmen überhaupt. Zugleich zeigt Pecknold, wie Popdiskurse einen jugendlich-weiblichen Stimmklang einerseits einfordern und andererseits abwerten. Insgesamt ein gutes und gut lesbares Beispiel für eine sowohl theoretische als auch praktisch-musikanalytische Auseinandersetzung mit Stimmklang und Geschlecht.

Malawey, Victoria (2020): *A Blaze of Light in Every Word: Analyzing the Popular Singing Voice*. New York: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/os0/9780190052201.001.0001>.

- » Wer sich für die musikanalytische Betrachtung von Stimmen in Popsongs interessiert, findet hier einen gut zugänglichen Ausgangspunkt. Verschiedene Arten der Stimmgebung werden differenziert und verständlich anhand von Pop-Beispielen erklärt. Das Buch bietet einen Überblick über zahlreiche musiksemiotische Bedeutungen verschiedener Stimmgebungen in Popmusik. Geschlechteraspekte werden dabei mitberücksichtigt, stehen aber nicht im Fokus.

Literatur

Beauvoir, Simone de (2012): *Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau*. 15. Auflage. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Believe, TuneCore und Luminate (2023): *Be the Change: Gender Equality in the Music Industry*. o.V.

Bönkost, Jule (2023): *Kritisch weiß sein: Eine Anleitung zum Mitmachen*. Münster: Unrast Verlag.

Butler, Judith (1991): *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Butler, Judith (2014): *Körper von Gewicht: die diskursiven Grenzen des Geschlechts*. 8. Auflage. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Connor, Steven (2000): *Dumbstruck: a cultural history of ventriloquism*. Oxford und New York: Oxford University Press.

Cox, Arnie (2016): *Music and Embodied Cognition: Listening, Moving, Feeling, and Thinking*. Bloomington: Indiana University Press.

Crenshaw, Kimberlé W. (2005): Mapping the margins: intersectionality, identity politics and violence against women of color. In: *Cahiers du genre* 39: 51-82.

Cusick, Suzanne (1999): On Musical Performances of Gender and Sex. In: *Audible traces: gender, identity and music*. Hg. von Elaine Barkin und Lydia Hamessley. Zürich und Los Angeles: Carciofoli.

Duguay, Michèle (2022): Analyzing Vocal Placement in Recorded Virtual Space. In: *Music Theory Online* 28/4. DOI: <https://www.doi.org/10.30535/mto.28.4.1>.

- Duguay, Michèle (2021): *Gendering the Virtual Space: Sonic Femininities and Masculinities in Contemporary Top 40 Music*. Dissertation an der City University of New York. Link: https://micheleduguay.com/wp-content/uploads/2023/09/duguay_dissertation.pdf (24.02.2025).
- female:pressure Trouble Makers (2024): FACTS 2024. Version 1.0, March 8. Link: <https://femalepressure.net/FACTS2024-femalepressure.pdf> (24.02.2025).
- Frith, Simon und McRobbie, Angela (2007): Rock and Sexuality. In: *On Record: Rock, Pop, and the Written Word*. Hg. von Simon Frith und Andrew Goodwin. London: Routledge.
- Gadir, Tami (2017): »I don't play girly house music«: Women, sonic stereotyping, and the dancing DJ. In: *The Routledge Research Companion to Popular Music and Gender*. Hg. von Stan Hawkins. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781315613437.
- Gildemeister, Regine (2010): Doing Gender. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. Hg. von Ruth Becker und Beate Kortendiek. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 137-145. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-92041-2_17.
- Hawkins, Stan, Hg. (2017): *The Routledge Research Companion to Popular Music and Gender*. London: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315613437>.
- Jarman-Ivens, Freya (2011): *Queer voices: technologies, vocalities, and the musical flaw*. New York: Palgrave Macmillan.
- Kreiman, Jody und Sidtis, Diana (2011): *Foundations of Voice Studies*. John Wiley & Sons, Ltd. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781444395068>.
- Leibetseder, Doris (2017): Express Yourself! Gender euphoria and intersections. In: *The Routledge Research Companion to Popular Music and Gender*. Hg. von Stan Hawkins. London: Routledge, S. 300-312. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315613437>.
- Lenz, Ilse (2010): Intersektionalität. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. Hg. von Ruth Becker und Beate Kortendiek. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 158-165. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-92041-2_19.
- Malawey, Victoria (2020): *A Blaze of Light in Every Word: Analyzing the Popular Singing Voice*. New York: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780190052201.001.0001>.

- McClary, Susan (2002): Introduction: A Material Girl in Bluebeard's Castle. In: *Feminine endings: music, gender, and sexuality*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Müller, L.J. (2018): *Sound und Sexismus. Geschlecht im Klang populärer Musik: eine feministisch-musiktheoretische Annäherung*. Hamburg: Marta Press.
- Mulvey, Laura (1994): Visuelle Lust und narratives Kino. In: *Weiblichkeit als Maskerade*. Hg. von Liliane Weissberg. o.V. Frankfurt a.M.: Fischer. S. 48-65.
- Pépiot, Erwan (2012): Voice, speech and gender: male-female acoustic differences and cross-language variation in English and French speakers. In: *XVèmes Rencontres Jeunes Chercheurs de l'ED 268*. Link: <https://shs.hal.science/halshs-00764811v1> (24.02.2025).
- Pompino-Marschall, Bernd (2020): *Einführung in die Phonetik*. Berlin: De Gruyter. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110913248>.
- Rieger, Eva (1988): *Frau, Musik und Männerherrschaft: Zum Ausschluss der Frau aus der deutschen Musikpädagogik, Musikwissenschaft und Musikausübung*. Kassel: Furore.
- Sendlmeier, Walter (2013): Introduction: Voice – Emotion – Personality. In: *Electrified Voices: Medial, Socio-Historical and Cultural Aspects of Voice Transfer*. Hg. von Dmitri Zakharine und Nils Meise. Göttingen: V & R Unipress.
- Tagg, Philip (2000). Analysing popular music: theory, method, and practice. In: *Reading pop: Approaches to textual analysis in popular music*. S. 71-103.
- Tagg, Philip und Clarida, Bob (2003): *Ten little title tunes: towards a musicology of the mass media*. New York und Montreal: The Mass Media Musicologists' Press.
- Taylor, Jodie (2008): *Playing it Queer: Understanding Queer Gender, Sexual and Musical Praxis in a »New« Musicological Context*. Dissertation an der Queensland Conservatorium of Music Griffith University. DOI: <https://dx.doi.org/10.25904/1912/3154>.
- Välimäki, Susanna (2017): Confronting the Gender Trouble for Real: Mina Caputo, metal truth and transgender power. In: *The Routledge research companion to popular music and gender*. Hg. von Stan Hawkins. Abingdon. Oxon und New York: Routledge.
- Wang, Yixue und Horvat, Eموke-Agnes (2019): Gender Differences in the Global Music Industry: Evidence from MusicBrainz and The Echo Nest. In: *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 13/01: 517-526. DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v13i01.3249>.

- Wetterer, Angelika (2010): Konstruktion von Geschlecht. In: *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung: Theorie, Methoden, Empirie*. Hg. von Ruth Becker und Beate Kortendiek. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 126-136. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-531-92041-2_16.
- Zagorski-Thomas, Simon (2015): An Analysis of Space, Gesture and Interaction in Kings of Leon's ›Sex On Fire‹. In: *Song interpretation in 21st-century pop music*. Hg. von Ralf von Appen, André Doehring, Dietrich Helms und Allan F. Moore. Farnham, Surrey und Burlington: Ashgate.

10 | IDENTITÄT

»I'm the bad guy«

Nora Leidinger und Melanie Schiller



Themen

Identität, Intersektionalität, Generationen, Medientextanalyse



Über diese Lerneinheit

Durch die Analyse von Eilishs »Bad Guy« als Spiegelbild der Generation Z beleuchtet dieses Kapitel Identität als vielschichtiges, performatives Konstrukt. Das Konzept der generationellen Identität verdeutlicht, wie Identität stets in Bewegung ist und von Machtstrukturen sowie sozialen, kulturellen und politischen Faktoren geprägt ist. Das Musikvideo veranschaulicht die Eigenschaft der populären Musik, Identitäten und Ideologien zu vermitteln, zu gestalten und gleichzeitig herauszufordern.



Lernziele

Verständnis intersektionaler Identität: Ich entwickle ein Verständnis von Identität als intersektionalem Konstrukt, das verschiedene Dimensionen wie Geschlecht, Klasse und Generation umfasst.

Analyse von Text- und Bildsymbolik: Ich lerne, Text-, Bild- und Klang-elemente in Musikvideos zu analysieren, ihre Wirkung auf Identitätskonstruktionen zu reflektieren und ihre Rolle bei der Darstellung generationeller Identität zu erkennen.

10.1 Einleitung

Mit seinem düsteren und beunruhigenden Sound, dem eingängigen Beat und dem inhaltsschweren Text transportiert der Song »Bad Guy« eine tiefgründige semantische Botschaft, die viele junge Menschen anspricht. »Bad Guy« ist mehr als nur ein Popsong – er ist eine Hymne für die Generation Z, die sich selbstreflexiv mit den komplexen Fragen von Identität, Selbstausdruck und Selbstbestimmung auseinandersetzt. Eine Dimension der Identität ist u.a. mit der Zugehörigkeit zu einer Generation verbunden. In diesem Kapitel untersuchen wir die Identität der Generation Z, die in »Bad Guy« abgebildet ist. Dazu werden wir den Song sowohl auf musikalischer als auch auf lyrischer Ebene beleuchten sowie das Musikvideo auf Merkmale hin untersuchen, die wir der Generation Z zuschreiben.

Musikalische Identität als Ausdruck individueller oder kollektiver Präferenzen kann eng mit generationeller Identität verbunden sein, da Musik häufig gemeinsame Erfahrungen und Werte einer Generation widerspiegelt. Eine Textanalyse im Sinne der Cultural Studies zielt darauf ab, verborgene oder implizite ideologische Annahmen und Botschaften in Texten aufzudecken und zu interpretieren. Sie untersucht, wie spezifische Ideologien in Texten präsent sind, wie sie konstruiert werden und welche Bedeutungen diese für die Lesenden oder Betrachtenden erzeugen können. Ideologie bezeichnet systematische Ansichten, Werte und Überzeugungen, die die Art und Weise beeinflussen, wie Menschen die Welt wahrnehmen. Das kann sich auf verschiedene Dimensionen von Identität beziehen – in unserem Fall insbesondere die Identität einer Generation.

Zu beachten ist, dass ein Medientext wie das Musikvideo von »Bad Guy« aus diversen Bedeutungsebenen besteht: darunter visuelle Darstellung, klangliche Elemente sowie lyrischer Inhalt. Ebenso ist ein Text als eine komplexe Ansammlung diskursiver Techniken zu verstehen, die in einem bestimmten sozialen, politischen, historischen und kulturellen Kontext entwickelt wurden, wie es der Theoretiker und Poststrukturalist Roland Barthes ausdrückt (1964: 252-255). Aus dieser Perspektive stellt sich die Frage, der sich dieses Kapitel widmet: Wie werden verschiedene Identitätsfacetten im Musikvideo von »Bad Guy« dargestellt und kritisch hinterfragt? Die Behandlung dieser Frage wird anhand folgender Teilaspekte strukturiert:

- Was verstehen wir unter Identität und wie werden Musik, Lyrics und Bilder durch unser Identitätsverständnis geprägt?
- Welche Rolle spielen Machtverhältnisse, Stereotype und Vorurteile, insbesondere bei der Darstellung von Personen oder Gruppen im Zusammenhang mit generationeller Identität?
- Inwieweit spiegelt das Video von »Bad Guy« ideologische Ansichten oder gesellschaftliche Normen wider? Gibt es Brüche mit kulturellen Konventionen?

10.2 Was heißt Identität?

Identitäten sind, einfach ausgedrückt, Label, die der eigenen und gegenseitigen Klassifizierung dienen. Die Identifikation mit einem Label ermöglicht die Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls oder die Abgrenzung von anderen. Das kann auch Handlungen oder Unterlassungen motivieren. Wenn man beispielsweise aktiv einer Religion angehört, fühlt man sich motiviert, die Glaubensüberzeugungen und Rituale zu leben. Identität wird also durch soziale Einflüsse geprägt. Darüber hinaus ist Identität sozial konstruiert. So wird beispielsweise die Geschlechtsidentität nicht nur durch biologische Unterschiede bestimmt, sondern auch durch kulturelle Erwartungen, Rollen und Normen, die in einer Gesellschaft existieren.

Die Komplexität von Identitäten entsteht dadurch, dass Menschen, die einer Gruppe angehören, auch anderen Gruppen zugeordnet werden können, wie der Philosoph Anthony Appiah beschreibt (2021). Daraus ergeben sich Interdependenzen. Selbst eine vermeintlich homogene Gruppe, die ein oder mehrere Identitätsmarker teilt, bleibt eine von Vielfalt geprägte Gemeinschaft. Dabei interagieren Menschen in Abhängigkeit von diesen Identitäten – es geht also nicht nur darum, dass man diesen Labels angehört und dass man sie selbst und die Menschen, die sie mit einem teilen, wahrnimmt. Vielmehr ist es die Wahrnehmung bzw. Zuschreibung dieser Label durch andere, die letztlich den Umgang miteinander beeinflusst.

Ein zentraler Identitätsmarker in unserer Gesellschaft ist die (binäre) Kategorisierung in männlich oder weiblich. Dabei unterscheiden wir zwischen dem körperlichen und dem sozialen Geschlecht, wobei das körperliche Geschlecht das soziale nicht determiniert, wie Judith Butler in *Gender Trouble*

(2021 [1990]) herausgearbeitet hat. Das soziale Geschlecht wird von Butler als ein Konstrukt identifiziert, welches durch soziale Normen, Überzeugungen und Praktiken geformt wird. Geschlecht ist ein Produkt der Sozialisation, d. h. Menschen lernen, was als männlich oder weiblich gelesen wird, und werden dabei von sozialen, kulturellen und historischen Faktoren beeinflusst. Butler bezeichnet diesen Prozess als performative Konstruktion von Geschlecht.

In unserer Gesellschaft sind mit unterschiedlichen Labels Vorteile oder Nachteile verbunden, etwa aufgrund sozialer Wahrnehmung von Stereotypen, Verhaltensweisen und Reaktionen auf diese Identitätsmarker. Dabei handelt es sich um soziale Konventionen, wie z.B. die Annahme, dass Jungen rational und stark, Mädchen hingegen emotional und schwach sind, oder um das Verständnis von Zugehörigkeit, wie z.B. den (möglichen) Unterschied zwischen Geburtsort und Wahlheimat. Identitäten sind also keine feststehenden Etiketten, sondern performative Konstrukte, die in einem ständigen Dialog mit gesellschaftlichen Normen, individuellen Erfahrungen und kulturellen Kontexten ausgehandelt werden (vgl. Gender-Kapitel im vorliegenden Buch).

Manche Label können stärker wahrgenommen werden als andere, denn oft sehen wir, dass scheinbar gegensätzliche Label wie ›männlich‹ oder ›weiblich‹ in der Gesellschaft hierarchisch zueinander positioniert werden können. Diese Hierarchisierung kann zur Privilegierung der einen und zur Benachteiligung der anderen Gruppe führen, wodurch in bestimmten Fällen Diskriminierung entstehen kann. Angesichts der Vielfalt innerhalb von Gruppen, die sich einer Identität zugehörig fühlen, kann die Art und Weise, wie diese Identität individuell ausgedrückt und von der Gemeinschaft wahrgenommen wird, sehr unterschiedlich sein. Das liegt daran, dass diese Label auch miteinander korrespondieren und gewissermaßen Sub-Label bilden können. Ein Sub-Label ist also eine Verschmelzung von zwei Labels. Dadurch können die Labels nicht mehr unabhängig voneinander betrachtet werden.

Die US-amerikanische Rechtswissenschaftlerin Kimberlé Crenshaw (2017) untersuchte zum Beispiel den Zusammenhang von Gender und Race anhand eines Fallbeispiels von fünf Schwarzen Frauen in den späten 1980er Jahren. Diese verklagten ihren Arbeitgeber wegen Diskriminierung, nachdem sie aufgrund des Prinzips ›Wer zuletzt eingestellt wurde, wird zuerst gekündigt‹ entlassen worden waren. Das Unternehmen argumentierte, dass die Klage der Frauen als Reaktion auf ihre Entlassung unzulässig sei, da das Unternehmen weiterhin sowohl Frauen als auch Schwarze beschäftige und daher keine Dis-

kriminierung vorliegen könne. Das Gericht stufte die Klägerinnen entweder als »Schwarz« oder als »weiblich« ein und wies die Klage ab. Crenshaw wies jedoch darauf hin, dass bis 1964 nur Weiße Männer, Schwarze Männer und Weiße Frauen in dem Unternehmen arbeiteten. Das Senioritätsprinzip des Unternehmens benachteiligte daher Schwarze Frauen erheblich, da sie aufgrund der früheren Rassentrennung viel später eingestellt wurden. Sie argumentiert, dass die Erfahrungen Schwarzer Frauen an der Schnittstelle (*the intersection*) von Hautfarbe (*race*) und Geschlecht liegen und daher nicht isoliert betrachtet werden können.

Mit diesem Beispiel führte Crenshaw das Konzept der Intersektionalität ein. Intersektionalität beschreibt demzufolge das Zusammenspiel von Identitätsmarkern. Die geschlechtsspezifischen Erfahrungen einer Weißen Frau unterscheiden sich von den Erfahrungen einer Schwarzen Frau, da die Schwarze Frau mit geschlechtsspezifischen und rassistischen Erfahrungen konfrontiert ist, die in einer Weise miteinander verwoben sind, dass man sie nicht auf einen von beiden Faktoren reduzieren kann.

Betrachtet man Identitäten als kumulative und wechselwirkende Prozesse, wird deutlich, dass Identitäten sowohl auf persönlicher als auch auf politischer Ebene von Bedeutung sind. Identität kann als ein multidimensionales und performatives Konstrukt verstanden werden, das sich aus einer komplexen Verflechtung verschiedener sozialer Faktoren wie Geschlecht, Ethnizität, Generation, sozialer Klasse, sexueller Orientierung und anderen individuellen Merkmalen ergibt. Diese Faktoren sind nicht isoliert, sondern interagieren miteinander und formen individuelle und kollektive Identitäten in einer Art und Weise, die über herkömmliche Kategorien hinausgehen. Identität ist dynamisch, kontingent und geprägt von Machtverhältnissen sowie sozialen, politischen und kulturellen Einflüssen. Dabei sind Identitäten immer auch inhärent mehrschichtig – auch eine Person ist in ihrer eigenen Identität facettenreich und kann sich an ihre jeweilige Umwelt anpassen, was als Code-Switching bezeichnet wird. Auch andere Identitätsmarker funktionieren (multi-)intersektional, z.B. Alter und Geschlecht.

Genau dieses Zusammenspiel der Kategorien von Alter und Geschlecht ist auch bei Billie Eilish bedeutsam: Sie war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung von »Bad Guy« noch ein Mädchen, also minderjährig. Mädchen (und junge Frauen) erfahren häufig eine geringere Anerkennung auf politischer und gesellschaftlicher Ebene und sind oftmals Zielscheibe von (übergriffigen) Re-

aktionen. Dass ein Mädchen sich selbst als »Bad Guy« bezeichnet, erscheint widersprüchlich und macht den Song schon im Titel zu einer interessanten Fallstudie musikalischer Identitätskonstruktion. Eilish spielt u.a. mit weiblich und männlich konnotierten Codes. Wenn hier Eilish genannt und in der Textanalyse auf sie Bezug genommen wird, handelt es sich um Interpretationen der Autorinnen in Bezug auf Eilish als Starfigur und Bühnen-Persona (vgl. Performance-Kapitel im vorliegenden Buch).

10.3 Soundtrack der imperfekten GenZ

Generationelle Identität bezieht sich auf das kollektive Identitätsgefühl, die Werte, Überzeugungen, Einstellungen und Verhaltensweisen, die von Angehörigen derselben Generation geteilt werden, oft auf der Grundlage historischer und kultureller Ereignisse und Erfahrungen, die ihre prägenden Jahre kennzeichnen. Mitglieder einer Generation sind in der Regel in einem bestimmten Zeitraum geboren und entwickeln häufig einen gemeinsamen kulturellen und historischen Hintergrund, der ihre Weltsicht beeinflusst und ihre Einstellungen und Verhaltensweisen nachhaltig prägt, wie es der Soziologe Karl Mannheim (1928) beschrieben hat. Die Generationenidentität kann eine wichtige Rolle für soziale und kulturelle Dynamiken spielen, einschließlich politischer Orientierungen, Konsumverhalten und kultureller Vorlieben.

Häufig gibt es auch bestimmte Stereotype über eine Generation. Wenn man jemanden als *Boomer* bezeichnet, dann ist das eine Charakterisierung, die auf der Sozialisation beruht, in die Menschen der Nachkriegsgeneration hineingeboren wurden (»Babyboomer«, geboren in den 1950er bis Ende der 1960er Jahre). *Millenials* (auch Generation Y genannt, geboren ca. 1980-1999) werden als die erste Generation charakterisiert, die mit dem Internet aufgewachsen ist, angeblich Avocado-Toasts liebt und sich keine Eigentumswohnung leisten kann. Und die Mitglieder der *Generation Z* (GenZ) – geboren ca. zwischen 1999 und 2012 – haben den Ruf, technikaffine Multitasker*innen mit verkürzter Aufmerksamkeitsspanne zu sein, die ihr Leben online verbringen, aber gleichzeitig ein ausgeprägtes Bewusstsein für (mentale) Gesundheit, Gesellschaft und Umwelt zeigen. Eilish und »Bad Guy« stehen stellvertretend für die Identität der GenZ.

Um die Identität der Generation Z zu definieren, müssen wir allerdings noch einen Schritt zurückgehen. Man muss die Umstände betrachten, in die die Mitglieder der GenZ hineingeboren wurden und unter denen sie aufgewachsen sind. Die erwähnten Charakteristika treffen nicht pauschal auf alle Mitglieder dieser Generation zu, da die GenZ wie jede andere in sich vielfältig und komplex ist. Nichtsdestotrotz zeichnet sich die GenZ dadurch aus, die erste Generation in unserer Gesellschaft zu sein, die von Kindesbeinen an Zugang zu Smartphones und damit zur digitalen Welt in der Hosentasche hatte (oder zumindest gehabt haben könnte). Eine unglaubliche Menge an Informationen und Wissen, aber auch alle nur denkbaren Eindrücke sind so täglich greifbar. Darüber hinaus entwickelten sich die Angehörigen der GenZ von Geburt an zu »digitalen Objekten«, da ihre Eltern ihre Lebensverläufe online und auf sozialen Netzwerken teilen konnten, wodurch sie einer globalen Öffentlichkeit zugänglich wurden. Dass das auch das Selbstbild der so aufwachsenden Kinder und Jugendlichen prägen muss, liegt auf der Hand.

Soziale Medien wie Instagram, die exemplarisch für den Medienkonsum der Millenials stehen, zeichnen sich im Übrigen durch eine kuratierte perfekte Scheinwelt aus, in der jeder Makel mühelos retuschiert werden kann und auch oft wird. Influencer*innen mit Millionen von Follower*innen inszenieren sich wiederum unter dem Hashtag #FürMehrRealitätAufInstagram als perfekt unperfekt und erhalten Zuspruch in Form von Likes. Auch in der Musikindustrie sind Künstler*innen mit Airbrush und Autotune zu perfekten Aliassen ihres menschlichen Selbst geworden. Die Sehnsucht nach Authentizität, Nahbarkeit und Identifikation wird verständlich, wenn man bedenkt, dass mittlerweile eine ganze Generation mit unerreichbaren Schönheitsidealen aufgewachsen ist.

In diesem Zusammenhang lassen sich mehrere Gründe ausmachen, warum der gesellschaftliche Druck zur Perfektion besonders auf jungen Frauen lastet. Dazu gehören kulturelle und historische Einflüsse, Geschlechterrollen und -erwartungen sowie mediale Darstellungen. Obwohl auch Männer von traditionellen Geschlechterrollen negativ beeinflusst werden, wirkt sich das Patriarchat – eine Gesellschaftsform, in der Männern mehr Macht, Möglichkeiten und Autorität als Frauen zukommt – besonders negativ auf Frauen aus. (Soziale) Medien tragen zu diesem Druck bei, indem sie unrealistische und idealisierte Standards von körperlicher Schönheit, Weiblichkeit und Erfolg präsentieren. Bei jungen Frauen kann das die Erwartung wecken, diesen

engen Normen entsprechen zu müssen. Ähnliches gilt für Sexualität und Beziehungen junger Frauen, wenn diese beispielsweise dafür verurteilt werden, dass sie sexuell aktiv sind oder nicht den traditionellen Beziehungsnormen entsprechen, die Frauen oft als passives Objekt der Begierde darstellen. Die Filmtheoretikerin Laura Mulvey charakterisierte in ihrem Essay »Visuelle Lust und narratives Kino« (1975) die mediale Darstellung der Frau als passives Objekt des Begehrens, das durch den männlichen Blick (*male gaze*) geprägt ist.

10.4 Die Transformation traditioneller Identitätsnormen in »Bad Guy«

Billie Eilish bricht mit diesen traditionellen Geschlechterrollen und Erwartungen durch die medialisierte Inszenierung von Perfektion in »Bad Guy«. Sie verkörpert eine Gegenprojektion zu bestehenden Stereotypen von Weiblichkeit und perfekter Selbstinszenierung. Das Video beginnt unkonventionell mit dem Geräusch, wie Eilish ihre Zahnsperre herausnimmt und lacht. Das kann als erster entscheidender Moment in der Darstellung einer generationellen Identität der GenZ interpretiert werden. Obwohl Zahnsperren von zahlreichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen getragen werden, sind sie auch mit Scham und dem Wunsch verbunden, körperliche Unzulänglichkeiten zu verbergen. Diese Dualität wird durch Eilishs Verwendung von Invisalign-Zahnsperren, die unsichtbar sein sollen, noch verstärkt. Indem sie die sonst verborgene Optimierung ihres Körpers sichtbar (oder in diesem Fall: hörbar) macht, stellt Eilish die Geschlechter- und Schönheitsnormen der vorangegangenen Millennial-Generation infrage: In den frühen 2000er Jahren wurde das Tragen einer Zahnsperre oft als peinlich empfunden, was zunehmend von der populären Kultur aufgegriffen wurde, in der Zahnsperren als Zeichen von »Uncoolness« galten. Während Invisalign Träger*innen tatsächlich eine Möglichkeit zur Überwindung dieser Scham bietet, macht Eilish diese direkt hörbar, indem sie das Tragen einer Zahnsperre zu einem Teil ihrer Performance macht. In einem Interview mit KIIS-FM erklärte Eilish, dass der Song sich über Menschen lustig macht, die danach streben, der Welt ein perfektes Bild von sich zu präsentieren (2019: ab 13:00). Gleichzeitig ist das Musikvideo selbst eine Inszenierung. Billie Eilish versteht es jedoch, die Inszenierung ihrer eigenen Imperfektion selbstreflexiv und selbstbewusst

darzustellen. Gegenüber KIIS-FM sagte Eilish zu dem Song auch: »It's basically making fun of everyone and their personas of themselves. Even mine« (2019: ab 13:05).

Neben dem Sound der Zahnsperre stehen auch die ersten Textzeilen von »Bad Guy« im Kontrast zu den oft gefühlvollen und romantischen, traurigen oder sentimental Texten, die wir besonders von jungen Millennial-Künstlerinnen gewohnt sind: »White shirt now red, my bloody nose/Sleeping, you're on your tippy toes.« Die Zeilen vermitteln ein Gefühl von Grobheit oder Gewalt, das durch den Refrain noch verstärkt wird: »So you're a tough guy/Like it really rough guy/Just can't get enough guy/Chest always so puffed guy.« Der spöttische Unterton des Textes suggeriert, dass der angesprochene »harte Kerl« nicht zu fürchten ist. Die Zeile »I'm that bad type/Make your mama sad type« stellt eine klare Abkehr von traditionellen Geschlechternormen und -erwartungen dar, in der Eilish die häufige Darstellung von Frauen als unterwürfig und passiv infrage stellt und stattdessen andeutet, dass sie genauso selbstbestimmt und anzüglich sein können wie Männer (vgl. Form-Kapitel im vorliegenden Buch).

Die zweite Strophe wechselt den Ton von rebellisch und selbstbewusst zu introspektiv und verletzlich. Der Text »I like it when you take control/Even if you know that you don't/Own me, I'll let you play the role/I'll be your animal« beinhaltet eine Verschiebung der Machtdynamik und die Bereitschaft, sich spielerisch der Kontrolle einer anderen Person zu unterwerfen. Dieser Wechsel kann als innere Ambivalenz und als Hinweis auf die Vielschichtigkeit einer Identitätsperformance interpretiert werden. Während sich Eilish im gesamten Song als harte und rebellische Figur präsentiert, zeigt sie in der zweiten Hälfte Verletzlichkeit und ihre Bereitschaft, sich von jemand anderem kontrollieren zu lassen.

Die Ambivalenz in den Lyrics deutet darauf hin, dass Eilish mit widersprüchlichen Vorstellungen von sich selbst kämpft – als junge Frau und als Mitglied der GenZ. Dazu, dass sie sich selbst als »Bad Guy« bezeichnet, sagt sie gegenüber *Billboard*: »It's a weird thing to hear come out of a girl's mouth. [...] It's such a cool juxtaposition of that sentence« (Payne 2019). Nach der Bridge geht der Song plötzlich in einen dunkleren, düsteren und langsameren Teil über. Hier wird angedeutet, dass Eilish neben der spielerischen Unterwerfung auch die Macht über ihre*n Partner*in genießt und dass ihre Wut und Eifersucht nur dazu dienen, ihre eigene Dominanz zu stärken: »I like when you get mad/I

guess I'm pretty glad that you're alone/You said she's scared of me?/I mean, I don't see what she sees/But maybe it's 'cause I'm wearing your cologne.«

Thematisch vielschichtig und visuell wirkungsvoll vermittelt das Musikvideo zu »Bad Guy« die Botschaft des Songs von Rebellion und Selbstbewusstsein. Das Musikvideo kann, wie der Song selbst, in zwei Teile gegliedert werden. Der erste Teil zeichnet sich durch einen verspielten und frechen Ton aus, in dem sich Eilish in verschiedenen albernem und bizarren Situationen wiederfindet. Man sieht Eilish ausgelassen tanzen und Tauben füttern, Blut tropft aus ihrer Nase auf ihr weißes Outfit (was einen Kontrast zwischen Gewalt und Unschuld symbolisiert), und man sieht sie auf einer Mauer vor einer Gruppe von Männern sitzen, die ihre Bierbüchse im Takt bewegen. Das Video unterläuft die traditionelle Objektivierung und Sexualisierung von Frauen in Filmen und Musikvideos, indem es sich auf eine spielerische und nicht-sexuelle Weise auf Männer konzentriert, die zum Objekt des Blickes (*gaze*) werden. Dieser Ansatz ist besonders bedeutsam im Kontext der Identität der GenZ, die sich durch die Ablehnung traditioneller Geschlechternormen und den Wunsch nach einer vielfältigeren und inklusiveren Repräsentation in den Medien auszeichnet. Eilishs spielerischer und unkonventioneller Umgang mit Farbe – sowohl in den Primärfarben als auch in Schwarz-Weiß – spiegelt die kreativen Tendenzen ihrer Generation wider. Dieser Stil zeichnet sich durch ein sauberes und modernes Erscheinungsbild, ein einfaches und zurückhaltendes Design, klare Linien und eine neutrale Farbpalette aus, welche im Kontrast zu den bunten und verspielten Farben in Eilishs Video stehen.

Der zweite, dunklere Teil des Videos zeigt Eilish in einem düsteren roten Raum, wo sie auf dem Rücken eines Mannes sitzt, der Liegestütze macht. Auch hier zeigt sich eine Subversion der traditionellen Geschlechterrollen. Im Gegensatz zu der so oft dargestellten Objektifizierung von Frauen und Frauenkörpern wird der (halbnackte/oberkörperfreie) Mann in diesem Video wie ein Möbelstück benutzt, dessen einziger Zweck darin besteht, Eilish auf seinem Rücken zu wiegen/tragen. Diese trägt einerseits ein Halsband mit Metallspitzen, was zusammen mit dem dunkelroten Raum und der Versklavung des Mannes eher an die gotische Ästhetisierung der BDSM-Kultur erinnert, andererseits sitzt sie dort im Schneidersitz in Shorts, Socken und T-Shirt, was eher an einen Schlafanzug als an eine Domina erinnert. Sie bricht bewusst mit den Erwartungen, die an sie als junge Frau gestellt werden, und spielt mit der Infantilisierung, die der GenZ aufgrund ihrer Jugend, ihrer

Unerfahrenheit, ihrer Rebellion und ihrer Lautstärke oft zugeschrieben wird. Durch ihre kraftvolle und bisweilen groteske Selbstdarstellung behauptet Eilish ihre eigene Handlungsfähigkeit.

Das Video zelebriert Individualität sowie einen fragmentierten Selbstausdruck durch die verschiedenen Abschnitte. So verdeutlicht das Video, dass es in der heutigen Welt viele Möglichkeiten gibt, eine junge Frau zu sein. Diese Botschaft ist besonders relevant für die GenZ, die traditionelle gesellschaftliche Normen und Erwartungen großteilig ablehnt. Darüber hinaus reflektiert »Bad Guy« die wachsende Akzeptanz nicht-binärer, fließender Geschlechtsidentitäten und hinterfragt traditionelle Geschlechterrollen, indem es zeigt, dass Härte und Aggression nicht nur Männern vorbehalten sind.

10.5 Schluss

»Bad Guy« kann zusammenfassend als Spiegel der Identität und des Selbstverständnisses von Billie Eilish sowie als Ausdruck der Ablehnung traditioneller gesellschaftlicher Normen und Erwartungen durch die GenZ interpretiert werden. Der Text und das Musikvideo stellen herkömmliche Geschlechterrollen infrage und ermutigen die Zuhörer*innen, ihre eigene einzigartige Identität und Unvollkommenheit zu akzeptieren und zu zelebrieren. Für eine Generation, die sich nach Authentizität sehnt, ist diese Botschaft von besonderer Bedeutung. Eilishs Musik spricht damit deren Wunsch an, sich von der Masse abzuheben und sich selbst als imperfektes Individuum treu zu bleiben.

Weiterführende Aufgabenstellung



Wählen Sie einen der unten genannten Songs aus und diskutieren Sie die folgenden Fragen:

- Welche Hauptbotschaft oder Themen werden im Songtext (und in den visuellen Elementen des Videos) vermittelt?
- Welche Beziehungen bestehen im Musikvideo zwischen der Identität der Protagonist*innen und den sozialen Kontexten, in denen sie agieren?
- Wie wird Identität im Song und Musikvideo aufgeführt und in welchem intersektionalem Zusammenhang stehen Geschlecht, Ethnizität, soziale Klasse und Generation?

- Könnte der Song als Reaktion auf soziale oder politische Ereignisse und Diskurse betrachtet werden? Inwiefern spiegelt er die kulturelle Atmosphäre seiner Zeit wider?



Songs

- Trettmann und KitschKrieg: »Grauer Beton« (2017): https://www.youtube.com/watch?v=hHT_hEuTtxg
- Advanced Chemistry: »Fremd im eigenen Land« (1992): <https://www.youtube.com/watch?v=HhsEcPiRkRU>
- Janelle Monáe: »Dirty Computer (Emotion Picture)« (2018): <https://www.youtube.com/watch?v=jdH2Sy-BINE>



Lektüreempfehlungen

Appiah, Kwame Anthony (2021): *Identitäten: Die Fiktionen der Zugehörigkeit*. Übersetzt von Michael Bischoff. München: Hanser Berlin.

- » Kwame Anthony Appiah (*1954) ist einer der bedeutendsten Philosophen des 21. Jahrhunderts, dessen Identitätstheorie dieses Kapitel maßgeblich geprägt hat. In *Identitäten: Die Fiktionen der Zugehörigkeit* (2021) beschreibt Appiah die komplexen Zusammenhänge von Herkunft und sozialem Zusammenleben in der politischen Gestaltung und Diskussion von Identität. Das Buch gibt einen spannenden Einblick in die Art und Weise, wie wir uns selbst beschreiben und wie diese Beschreibungen uns und die Konflikte definieren, die unsere Politik prägen. Dabei zeigt Appiah auch, dass Identität fließender ist, als wir uns vorstellen, und warum sie oft unsere Gemeinsamkeiten verdeckt.

Frith, Simon (1992): Zur Ästhetik der Populären Musik. In: *PopScriptum* 1/92: 68-88. Link: https://edoc.hu-berlin.de/bitstream/handle/18452/20902/psto1_frith.pdf (24.02.2025).

- » Simon Frith ist nicht nur einer der Mitbegründer der Popular Music Studies, sondern auch einer der Pioniere in der Erforschung der Beziehung zwischen Musik und Identität. Frith argumentiert, dass Musik ein Identitätsgefühl durch die unmittelbare Erfahrung von Körper, Zeit und Geselligkeit konstruiert – Erfahrungen, die es ermöglichen, sich in imaginäre kulturelle Erzählungen einzufügen. In »Zur Ästhetik der Populären Musik« beschreibt Frith die

Bewertung bestimmter Musikgenres und wie diese mit gesellschaftlich verankerten Werten zusammenhängt.

Katz, Stephen (2014): *Music, Performance, Generation: The Making of the Boomer Rock and Roll Biographies*. In: *Aging, Media and Culture*. Hg. von C. Lee Herrington, Denise D. Bielby und Anthony R. Bardo. Lanham: Lexington Books. S. 93-106.

- » In diesem Kapitel beleuchtet Stephen Katz aus soziologischer – und persönlicher – Perspektive, inwiefern individuelle Lebenserfahrungen, geteilte Biografien und soziokulturelle sowie historische Umstände das Gemeinschaftsgefühl einer Generation in Zusammenhang mit musikalischen Präferenzen prägen. Katz geht in seiner Analyse der Konstruktion und Bedeutung von Boomer Rock als Genre besonders darauf ein, dass musikalische und generationelle Identifikation keinesfalls ausschließlich jugendkulturelle Praktiken betrifft, sondern lebenslang eine wichtige Rolle für Musikhörende spielen kann.

Literatur

- 102.7KIISFM (2019): Billie Eilish Talks Coachella, »Bad Guy«, Being Recognized, Having The Best Fans & More. 22. Juli. Link: <https://www.youtube.com/watch?v=v-hmiCqThDQ> (06.09.2023).
- Appiah, Kwame Anthony (2021): *Identitäten: Die Fiktionen der Zugehörigkeit*. Übersetzt von Michael Bischoff. München: Hanser Berlin
- Barthes, Roland (1964): *Mythen des Alltags*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Butler, Judith (2021): *Das Unbehagen der Geschlechter*. Übersetzt von Kathrina Menke. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Crenshaw, Kimberlé (2017): *On Intersectionality: Essential Writings*. New York: New Press.
- Mannheim, Karl (1928): Das Problem der Generationen. In: *Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie* 7: 2-3.
- Mulvey, Laura (1975): Visual pleasure and narrative cinema. In: *Screen* 16/3: 438-448. DOI: <https://doi.org/10.1093/screen/16.3.6>. Payne, Chris (2019): Billie Eilish & Finneas React to »Bad Guy« Hitting No. 1 on Hot 100: »I'm so Proud of That Song«. In: *Billboard*. 23 August. Link: <https://www.billboard.com/pro/billie-eilish-bad-guy-no-1-interview/> (06.09.2023).

Payne, Chris (2019): Billie Eilish & Finneas React to ›Bad Guy‹ Hitting No. 1 on Hot 100: ›I'm so Proud of That Song‹. In: *Billboard*. 23 August. Link: <https://www.billboard.com/pro/billie-eilish-bad-guy-no-1-interview/> (06.09.2023).

Die Autor*innen

Michael Ahlers arbeitet als Professor für Musikdidaktik mit dem Schwerpunkt Populärmusik an der Leuphana Universität Lüneburg. Nach seinem Studium arbeitete er als Redakteur und Betreiber einer Firma für Musik- und Medienproduktion in Hamburg. Seine aktuellen Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Interfaces, Kreativität, Analyse und Didaktik populärer Musikkulturen, Musikproduktion, Musik(kultur-)wirtschaft, Songwriting und empirische Musikpädagogik.

Dietmar Elflein hat bis Mai 2025 als Professor für populäre Musik und systematische Musikwissenschaft an der TU Braunschweig gearbeitet. Seitdem ist er unabhängiger Forscher mit den Schwerpunkten Analyse populärer Musik sowie Netzwerk- und Diskursanalysen deutscher Popgeschichte.

Magdalena Fürnkranz arbeitet als Senior Scientist am Institut für Populärmusik an der Universität für Musik und darstellende Kunst Wien. Ihre aktuelle Forschung konzentriert sich auf Performativität, Medialität und Intersektionalität in populären Musiken, österreichische Musikszenen und New Jazz Studies. Sie ist Mitherausgeberin der TheMA-Sonderausgabe *Yugoslav Disco. Digging into an »excluded« musical culture of late socialism* (2024) und *Handbuch Jazz* (Metzler/Bärenreiter, 2026).

José Gálvez arbeitet an der Universität Augsburg im Rahmen des DFG- und FWF-Projekts *PopPrints – The Production of Popular Music in Austria and Germany 1930-1950*. Nach dem Studium der Musikwissenschaft an der Universität Hamburg und der Humboldt-Universität zu Berlin forschte und lehrte er am Institut für Medien- und Kulturwissenschaft der Universität Düsseldorf sowie in der Abteilung Musikwissenschaft/Sound Studies der Universität Bonn.

Gálvez forscht an der Schnittstelle zwischen Medientheorie, Kulturgeschichte und Klanganalyse mit einem Schwerpunkt auf Musikkulturen, Technologie und Macht.

Barbara Hornberger ist Professorin für Musikwissenschaft mit einem Schwerpunkt in Populärer Musik und Digitalen Musikkulturen an der Universität Wuppertal, sie lehrt dort in allen Lehramtsstudiengängen mit dem Fach Musik. Hornberger hat an der Universität Hildesheim im Fach Kulturpädagogik studiert und promoviert und als wissenschaftliche Mitarbeiterin Lehrveranstaltungen zu populärer Kultur verantwortet. Von 2016 bis 2022 war sie Professorin für die Didaktik populärer Musik an der Hochschule Osnabrück. Sie publiziert seit Jahren sowohl zu einzelnen Songs und Stars aus der populären Musik als auch zu ihrer Didaktik. Barbara Hornberger hat an neun Hochschulen in verschiedenen Studiengängen gelehrt und war an der Konzeption verschiedener Studienprogramme beteiligt. Sie war wissenschaftliche Beirätin in der Gesellschaft für Populärmusikforschung und ist derzeit Erste Vorsitzende der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung.

Nora Leidinger ist Kulturwissenschaftlerin und arbeitet als Referentin im niederländischen Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft. Zuvor war sie als Dozentin für Kunst, Kultur und Medien an der Universität Groningen tätig. Ihre Expertise liegt auf populärer Kultur, Genderfragen und dem Arbeitsmarkt.

L.J. Müller (gesprochen: »Elliot«, geschlechtsneutrale Pronomen) studierte Musikwissenschaft und Kulturwissenschaft an der Humboldt-Universität zu Berlin und promoviert derzeit bei Rebecca Grotjahn. Müllers Abschlussarbeit erschien 2018 unter dem Titel *Sound und Sexismus – Geschlecht im Klang populärer Musik* und 2022 in englischer Übersetzung als *Hearing Sexism* und wurde mit dem Book Prize 2019 der International Association for the Study of Popular Music (IASPM) geehrt. Müllers Hauptforschungsinteressen sind die musikanalytische Auseinandersetzung mit Diskriminierung sowie Theorien der Stimme und verkörperte Hörweisen.

Svenja Reiner promoviert an der Universität Wuppertal über Fantum in der Neuen Musik. Ihre Forschungsarbeit verortet sich in den Feldern der Fan Stu-

dies in Hoch- und Popkultur, Cultural Studies sowie der intersektionalen Genderforschung. Sie ist zudem aktiv in der Literaturbetriebsforschung und der Kulturpolitik. Svenja Reiner arbeitet als freie Wissenschaftlerin, Literaturkuratorin und Lehrbeauftragte in der Musik-, Kultur-, und Literaturwissenschaft.

Pascal Rudolph ist Musik- und Medienforscher an der Universität zu Köln (Vertretungsprofessor für Medienästhetik mit Schwerpunkt Musik) und der Hochschule für Musik Nürnberg (Postdoc Musikwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalität). 2021 wurde er mit einer Arbeit über präexistente Musik im Film an der Universität Potsdam promoviert. Er hat in Berlin, Potsdam und Shanghai studiert und war Gastwissenschaftler an der Universität Kopenhagen. Ihm wurden mehrere Stipendien verliehen und seine Forschung wurde national und international prämiert. In den Jahren 2019 und 2022 gewann er den wissenschaftlichen Wettbewerb der Gesellschaft für Musiktheorie. Seine Dissertation wurde mit dem Promotionspreis 2022 der Gesellschaft für Musikforschung ausgezeichnet. Die International Association for the Study of Popular Music hat seine Monografie mit der »Special Mention« des Book Prize 2023 gewürdigt. Seit 2022 ist er Mitherausgeber der *Kieler Beiträge zur Filmmusikforschung* und Generalsekretär von IASPM D-A-CH (International Association for the Study of Popular Music German-Speaking Branch). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9315-1542>

Melanie Schiller ist Professorin für zeitgenössische Medienkulturen an der Radboud Universität in Nijmegen (Niederlande). Schiller ist die Autorin von *Soundtracking Germany – Popular Music and National Identity* (Rowman and Littlefield, 2018 und 2020) und Mitherausgeberin von *Popular Music and the Rise of Populism in Europe* (Routledge, 2024). Ihre Forschungsinteressen umfassen populäre Musik und Populismus in Europa, Musik und Politik, Nationalismus, Polarisierung, Protest und Aktivismus.

Daniel Suer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter für Musikwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalität an der Hochschule für Musik Nürnberg. Seine Dissertation ist im Rahmen eines DFG-geförderten Forschungsprojekts zum Verhältnis von Musik und Tanz im Metal an der Universität Siegen entstanden (Arbeitsbereich Populäre Musik und Gender Studies). Suer hat an den Universitäten in Braunschweig, Köln und Siegen gelehrt und ist seit 2020 wissenschaftlicher Beirat der Gesellschaft für Populärmusikforschung. Zu seinen Forschungs-

interessen zählen qualitativ-empirische Forschungsmethoden, Metal Studies sowie Körperlichkeit(en) populärer Musikkulturen.

Wie kann Popmusik erforscht werden? Unterhaltsam und leicht verständlich führen die Beiträge des Bandes in die Vielfalt der Popular Music Studies ein. Im Mittelpunkt steht ein gemeinsames Beispiel, das aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet wird: Billie Eilishs »Bad Guy«. Zehn kompakte Kapitel vermitteln ein grundlegendes Verständnis der Popmusikforschung und ihrer methodischen Werkzeuge. Der mosaikartige Aufbau dieser Einführung unterstützt nicht nur Studierende der Musik- und Kulturwissenschaften, sondern auch Praktiker*innen aus Musikbranche und Journalismus bei der Entwicklung eigener Analysekompetenzen zu einem kulturellen Phänomen, das allgegenwärtig ist und die Massen begeistert.

Dies ist ein utb-Band aus dem Verlag transcript.
utb ist eine Kooperation von Verlagen mit einem gemeinsamen Ziel: Lehr- und Lernmedien für das erfolgreiche Studium zu veröffentlichen.

ISBN 978-3-8252-6515-1



9 783825 265151



QR-Code für mehr Infos und
Bewertungen zu diesem Titel

utb.de