

Universität Bremen
Fachbereich 9
Kulturwissenschaft

Magisterarbeit

**Die Inszenierung von Popstars in Musikclips
Am Beispiel Madonna**



Beurteilende Hochschullehrerin: Prof. Dr. Sigrid Schade- Tholen
Vorgelegt von Gudrun Holtz, Bremen, im September 2002

Inhaltsverzeichnis

Inszenierung von Popstars. Am Beispiel Madonna

Einleitung

1. Verbreitung der Massenmedien fördert die Popmusik

2. Massenmedien und Popstars

- 2.1 Die Funktion des Starkults als Kommunikationsstereotyp nach Benjamin
- 2.2 Krieses Kritik der Star- Definition Walter Benjamins
- 2.3 Die Funktion des Starkults nach Theodor W. Adorno
- 2.4 Aktuelle Stardefinition nach Lowry und Kort
 - 2.4.1. Image
 - 2.4.2. Markentheorie
 - 2.4.3. Mensch als Marke

3. Der Popstar im Videoclip

- 3.1 Anfänge des Videoclips
- 3.2 MTV
- 3.3 Ästhetik- Versuch eine Definition im Kontext
- 3.4 Fernsehästhetik
- 3.5 MTV als Übertragungsmedium von Musikclips
- 3.6 Einfluss des Kinos und Films
- 3.7 Die heutige Funktion des Videoclips

4. Androgynität

- 4.1 Crossdressing- Tomboy
- 4.2 Offizielle Definition
- 4.3 Geschichtliches zur Androgynität
- 4.4 Androgynität aus sexualwissenschaftlicher Sicht
- 4.5 Psychoanalyse

5. Vita- Madonna- Androgyn.

6. Analyse der Musikclips, Madonna

„Express Yourself“ und „Open your Heart“

6.1 Beschreibung des Musikclips Express Yourself

6.2 Metropolis

6.3 Informationen zur Produktion

6.4 Gegenüberstellung der Videoclips „Express Yourself“ und Metropolis

7. Open your Heart

7.1 Beschreibung des Musikclips

7.2 Madonna- Sexuelles Blickobjekt

7.3 Macht- Madonna

7.4 Funktion des Rollenwechsels

Madonna als Tomboy

8. Schlußbemerkung

9. Anhang

9.1 Liedertexte

9.2 Videographie

9.3 Abbildungen

9.4 Literaturverzeichnis

Inszenierung von Popstars in Musikclips.

Am Beispiel ‚Madonna‘

von Gudrun Holtz, 2002

EINLEITUNG

Es bleibt ein verwunderliches Faktum, dass der Popstar Madonna sich seit fast zwanzig Jahren auf den ersten Plätzen in den europäischen und den amerikanischen US- Charts platzieren kann. Madonna ist eine der wandelbarsten Projektionsflächen, die das letzte Jahrhundert geschaffen hat. Nur durch ihre sehr besonderen Inszenierungsformen konnte Madonna zu einer der einflussreichsten und mächtigsten Popikonen der Weltvergnügungsindustrie werden. Ziel dieser Arbeit ist es, das Produzierte und Inszenierte in Madonnas Musikclips zu analysieren. Ihre Images und Rollen sollen unter dem Gesichtspunkt der Inszenierungen, die zur Vermarktung in unserer Kulturindustrie dienen untersucht werden. Natürlich hat jeder beim Hören der Songtexte Madonnas eine Vorstellung von ihrer Person. Manchmal passen die eigenen Phantasien aber nicht mit ihrer tatsächlichen Darstellungsform auf Konzerten oder in den Musikclips überein. Parallel zum Hören der Lieder entwickeln sich auch immer Bilder im Gedächtnis der Rezipienten, die man mit Madonna verbindet.

Heute sind Popstars mehr als nur Musiker. Sie sind gleichzeitig Modetrendsetter, Vorbilder und manchmal auch ausdrücklich moralische Instanzen. Über sie kann man sich aufregen oder gleicher Meinung sein. Dabei ist sich natürlich jeder bewusst, dass man den Popstar Madonna persönlich gar nicht kennt. Die vorgefertigten Bilder im Kopf der Rezipienten werden mit ihren individuellen Wünschen und Vorstellungen vereint.

Popstars bringen nicht nur für sich viel Geld ein. Sie sind zudem auch eine Einnahmequelle für andere, indem zum Beispiel durch sie Werbeverträge, Tonträger und Musikclips zustande kommen.

Was braucht ein Musiker, um Popstar zu werden? Vor allem Musikclips, die ihn erst dazu machen. Diese werden dann 24 Stunden lang auf MTV (dem größten amerikanischen Musikkanal) gesendet. Ohne den Sender wäre der Verbreitungsradius sehr eingeschränkt und die Musikclips nicht für die breite Masse zugänglich. Die herrschenden Machtverhältnisse und die Musikindustrie werden stabilisiert, indem die Popstars ihre

Musikstücke als Waren anbieten. Die Adressaten, Personen mit den verschiedensten sozialen und kulturellen Prägungen, kaufen nicht bloß nur Compact Discs, Kassetten oder Musikclips, sondern nehmen durch ihre Kaufentscheidung zu bestimmten Eigenschaften und Standpunkten eines Popstars persönlich Stellung.

Fans imitieren oftmals nicht bloß Gestik und Mimik ihres Popstars, sondern kombinieren auch deren Aussagen aus der Presse und TV mit dem eigenen Privatleben.

Kurzum sind es insbesondere Jugendliche, die Popstars wie hier Madonna, für die Identitätssuche oder als Bestätigung der eigenen Persönlichkeit brauchen. Die Phantasien, Wunschvorstellungen und Träume, die der Popstar verkörpert, werden mit den eigenen Wunschvorstellungen verglichen.

Ausgelöst werden die Vergleiche durch die Bilder und die Melodien, die zum überwiegenden Teil auf das Unterbewußte Einfluß ausüben, bei körperlicher- Erfahrung zum Beispiel im Tanz- und auf Musikkonzerten. Madonna befriedigt durch ihre Chamäleonhaftigkeit eine breite Palette von Sehnsüchten ihrer Fans: Sie ist synchron Hure, Heilige, Vamp und Revolutionärin.

Die Popmusiker haben für jeden Geschmack etwas. Durch die Medien ist die Musik überall präsent. Sei es als leise Hintergrundmusik in Kaufhäusern oder Restaurants, als Filmmusik, auf Konzerten oder auf dem präsenten Kanal MTV.

Der Name des Popstars *Madonna* dient als *Markenzeichen*, als Wiedererkennung für den Rezipienten. Diese Identitäten, die als Markenzeichen funktionieren, werden auch als *Rollen* und *Images* bezeichnet. Die Rollen bestimmen die Eigenschaften von Madonna und ermöglichen somit dem Rezipienten eine Identitätsfläche.

Wir können davon ausgehen, dass Popstars nicht an sich, also von vornherein, existieren und dann in verschiedenen Medien inszeniert werden, sondern dass sie erst mit ihren *Inszenierungen* geschaffen werden. Man kann dieses Produzierte und Inszenierte Madonnas in den Musikclips „Express Yourself“ und „Open Your Heart“ nachweisen. Die Produzierung von Popmusiker- Rollen ist ein Entwicklungsprozeß und findet auf mehreren Ebenen statt.

Ursprünglich war geplant, fünf Musikclips zu analysieren, um Madonnas Starruhm zu erklären. Sie sollten in eine argumentierende Biographie eingebettet sein. Sinnvoller

erschien es mir, auf andere Weise auf die gestellte Aufgabe heranzugehen. Bewußt wählte ich folgende Vorgehensweise für meine Arbeit.

Im Abschnitt I und II wird für den Leser eine Erklärung für die Bedingungen der massenhaften Verbreitung von Kunstgegenständen, hier Musikclips erörtert. Diese Verbreitung von Kunstgegenständen gaben dem Starkult eine neue Funktion. Es entstand eine neue Wahrnehmungsform bei den Rezipienten, wobei der Starkult als Kommunikationsstereotyp funktioniert.

Hilfreich bei der Diskussion waren mir dabei besonders die grundlegenden Werke der Autoren Walter Benjamin: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit.“ (Frankfurt/ Main 1963) und Theodor W. Adorno: „Resümee über die Massenkultur.“ In: Ohne Leitbild. Parva Aesthetica. (Frankfurt/ Main 1967).

Im Abschnitt III liegt die thematische Basis im Videobereich: Er ist unterteilt in „Der Popstar im Videoclip“, dort wird zum einen eine kurze Geschichte der Visualisierung von Musik vorgestellt. Dieser folgt eine Darstellung der Funktion des Senders MTV und der Bedeutung von Videoclips heute. Madonna ist ein Popstar, der vor allem mit Videoclips einen immensen Bekanntheitsgrad erreicht hat und berühmt wurde.

Hieraus ergibt sich folgende weitere Frage: Welche Inszenierungsformen benutzt Madonna in ihren Videoclips ?

Ich habe mich dafür entschieden die zwei Musikclips „**Express Yourself**“ und „**Open your Heart**“ anhand der androgynen Darstellung Madonnas zu untersuchen. Die Musikclips werden als „Konzept- Clips“ bezeichnet. Sie präsentieren beide in einer beschreibenden Form eine Geschichte, in der Madonna durchgängig oder teilweise ihre Lippen synchron zum Liedtext bewegt und dabei parallel als tätige Person auftritt. Abschnitt IIII stellt einige historische Bedingungen für die Androgynität dar. Abschnitt V befaßt sich mit dem androgynen Lebenslauf von Madonna. Der Abschnitt VI beschäftigt sich mit der Analyse der Musikclips von Madonna und ihrer androgynen Selbstdarstellung. Denn unter anderem konnte Madonna einen großen Fankreis durch dieses Thema auf sich aufmerksam machen. Im Hintergrund meiner Untersuchung dienten mir die Biographischen Studien zu Madonna sowie Texte zu historischen und ökonomischen Kontexten. Mir erschien die Untersuchung nur in einem derartigen Zusammenhang sinnvoll. Das Resümee am Ende der Arbeit ist ein Versuch, die in dieser Einleitung gestellten Fragen zusammenfassend zu beantworten.

1. Verbreitung der Massenmedien fördert die Popmusik

Durch die massenmediale Verbreitung, durch kommerzielle Interessen ihrer Produzenten und die dadurch entstandenen neuen Rezeptionsformen wurde Musik „populär“. Sie wurde aus ihren ursprünglichen Bedeutungszusammenhängen gerissen, wurde überformt und den industriellen Produktionsbedingungen unterworfen. Die Musik ist heute durch die elektronischen Medien (Radio, Fernsehen und Internet) allgegenwärtig. Mit der allgegenwärtigen Popmusik entstand auch der Typus des *Popstars*. Es muß darauf hingewiesen werden, dass es einen Unterschied zwischen dem Hören von *Techno* und der Popmusik gibt. Die *Techno-Musiker* haben kein Bedürfnis nach einem Starkult. Die *Techno-Szene* zeichnet sich durch die bewußte Abwesenheit des Individuell-Menschlichen aus. Ihren Schwerpunkt legt sie auf das Maschinelle in ihrer Musik.

Der Musikkonsum stieg durch die massenmediale Verbreitung, besonders bei Jugendlichen, die sich in der sensiblen Phase der Pubertät befanden. Gleichzeitig wurde die Musik inhaltsloser, weil Texte fehlten.¹

Mittlerweile ist die wissenschaftliche Untersuchung des Phänomens *Popmusik* als Untersuchungsgegenstand der Kulturwissenschaften etabliert. Man untersucht Gebrauchsweisen von Musik, Fanverhalten jugendlicher Subkulturen, musikalische Hits, musikalische Materialentwicklungen, unterschiedliche Förderungsformen der Musikkultur sowie verschiedene Musikstilistiken. Die umfangreichen Theorien über das Gestaltphänomen der populären Musikkulturen erfordern eine interdisziplinäre Herangehensweise, um die vielfältigen Facetten besser greifen zu können.

In der Hauptsache wird der musikkulturelle Alltag unter dem Blickwinkel der Strukturen der modernen Musik- und Medienindustrie, ihrer Werbe- und Promotion- Tätigkeit und den Entwicklungen von Videos und CD`s wissenschaftlich betrachtet. Der *Starkult* bildet dabei das Stiefkind der wissenschaftlichen Untersuchung. Er wurde als Fixpunkt musikindustrieller Strukturen, die seine Funktionsweise in der modernen Unterhaltungsindustrie begründen, mit untersucht. Bei der Definition des Begriffs „*Star*“ wurden unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt.

¹ vgl. Riemann, 1999, S.13

Unberücksichtigt blieben dabei jedoch, die einschneidenden Umdenkungsprozesse, die durch die Rockereignisse in Woodstock, die generationsumfassende Hippiebewegung, die Beatles sowie die Studentenunruhen in den USA und Europa provoziert wurden. Die Auswirkungen betrafen natürlich auch den *Starkult*. Diese Prozesse veränderten traditionelle Lebensbilder. Die psychischen, sexuellen und wirtschaftlichen Begebenheiten gerieten in Bewegung.

Laut Knut Hieckethier ist der *Starkult* als Untersuchungsgegenstand nur vor dem Hintergrund der amerikanischen Geschichte verstehbar. Denn seit dem ersten Weltkrieg übt Amerika einen starken Einfluß auf Europa im politischen Bereich und in der Alltagskultur aus. Der jeweilige Trend der USA wird in Europa nachgeahmt.

„Eindeutig läßt sich feststellen, dass zwischen den USA und Deutschland ein Meinungsunterschied vorherrscht, ob eine Differenz zwischen Theaterstars und Kinostars existiert. Deutschland versuchte im Gegensatz zu Amerika eine Symmetrie zwischen den Schauspielern des Theaters und des Films aufzuzeigen.“²

Vor diesem Hintergrund ist zu überlegen, ob für die *Popmusik-Stars* nur die Stars aus der Filmindustrie Pate stehen oder sie ihre Vorbilder auch aus anderen Branchen suchen.

Sie verknüpften die Mythen des Alltags mit der modernen Kulturindustrie und zielten dabei auf die Alltagsbedürfnisse der Menschen.

Doch um auf die heutigen Entstehungsbedingungen des *Starkults* zu gelangen, möchte ich mit einem kurzen Diskurs des *Starkults* nach Walter Benjamin und Theodor W. Adorno fortfahren. Sie haben über die Entstehungsbedingungen des *Starkults* im 20. Jahrhundert grundlegend nachgedacht. Madonna ist ein Superstar des 20. Jahrhunderts, der unter anderem von der Art und Weise der Wahrnehmungform seiner Fans abhängig ist.

² Faulstich, 1991, S.47