



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

Die Pose und das Image der Sängerin
Lana Del Rey

verfasst von / submitted by

Catrina David, BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the
degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2018 / Vienna 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 066 582

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Theater-, Film- und Medientheorie

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Dr. Christian Schulte

Danksagung

Als erstes möchte ich mich aufrichtig bei Univ.-Prof. Dr. Christian Schulte bedanken, welcher meine Masterarbeit betreut hat. Ich bedanke mich insbesondere für die interessanten Gespräche über das Thema und die kompetente und fachspezifische Beratung.

Zunächst möchte ich mich bei meinem lieben Freund David Schmidt für seine Unterstützung und seinen seelischen Beistand während des Schreibprozesses bedanken. Vielen Dank insbesondere auch für die Hilfe bei technischen Fragen.

Natürlich möchte ich auch meinen Eltern danken, die mich während des Studiums finanziell und emotional unterstützt haben. Diese Unterstützung hat meinen Studienalltag um einiges leichter gemacht.

Auch meinen Freundinnen und Freunden möchte ich dafür danken, dass sie Verständnis für meine häufige Abwesenheit hatten. Vielen Dank außerdem an Sylvia David und Katharina Schützner, dass ihr meine Masterarbeit Korrektur gelesen habt.

Inhalt

1	Einleitung	1
2	Wichtige Begriffe	3
2.1	Diedrich Diederichsens Definition der „Pose“	3
2.2	Die Bedeutung des „Star-Image“ in der Popmusik.....	9
2.3	Der Begriff der Authentizität im Kontext mit Inszenierung.....	16
2.4	Musikvideos als Unterstützung des Popstar-Images	21
3	Die Popsängerin Lana Del Rey	25
3.1	Lana Del Rey und Popkultur.....	25
3.2	Wiederkehrende Themen in ihren Liedern.....	28
3.3	Die Darstellung von Lana Del Rey in den Medien	34
4	Fans und die Immersion in das „Star-Universum“.....	42
4.1	Die Annahme des Stars durch das Publikum	42
4.2	Parasoziale Beziehungen.....	43
4.3	Identifizierung mit dem Idol	46
4.4	Bedürfniserfüllung und Transzendenz	48
4.5	Der Begriff der Immersion	51
4.6	Die Live-Performance bei Lana Del Rey	55
5	Analyse der ausgewählten Beispiele	60
5.1	Die verschiedenen Arten von Musikvideos	60
5.1.1	Der Performance Clip.....	60
5.1.2	Der Bilderflut-Clip.....	61
5.1.3	Der Pseudo-narrative Clip.....	61
5.1.4	Der Narrative Clip.....	62
5.1.5	Der Art-Clip	63
5.2	Video Games	63
5.3	Born to Die	66
5.4	National Anthem.....	69
5.5	Ride	74

6	Schlussbemerkung.....	79
7	Quellenverzeichnis.....	80
7.1	Internetquellen	86
7.1.1	Plattencover	87
7.1.2	Songs.....	88
7.1.3	Musikvideos	88
8	Anhang.....	90
8.1	Abbildungen	90
8.2	Songtexte.....	91
8.3	Abstract.....	103

1 Einleitung

Stars und Prominente sind in der heutigen Medienwelt allgegenwärtig. Egal ob im Fernsehen, im Internet, im Radio oder in Zeitschriften. Dabei gibt es das Phänomen der Stars, die ein Leben in der Öffentlichkeit führen, schon sehr lange. Man denke nur an die berühmten Schauspielerinnen und Schauspieler des Theaters oder des Hollywoodkinos. Diese stehen unter ständiger Beobachtung und bekommen die Aufmerksamkeit der Menschenmassen. Selbst nach ihrem Tod wird noch über diese Personen gesprochen und es gibt Mythen, die ihr Leben betreffen.

Jeder Star hat eine bestimmte Pose und ein Image, welche für ihn typisch sind. Bei der Pose geht es um die Vorstellungen, die Konsumentinnen und Konsumenten von den Stars haben, also was für fiktive Menschen sie sein könnten und welche Haltungen sie haben. Das Star-Image beschreibt das Bild, welches von der öffentlichen Person inszeniert und präsentiert wird.

In der Masterarbeit wird die Pose und das Image der Popsängerin Lana Del Rey untersucht. In diesem Kontext ergeben sich einige Fragen, wie etwa nach der Inszenierung und Darstellung des Stars in den Medien und wie sich die Pose und das Image zusammensetzen. Bei der Sängerin Lana Del Rey sind in Bezug auf ihre Pose und ihr Image besonders die sich wiederholenden Themen ihrer künstlerischen Produktionen von Bedeutung. Es ist auch notwendig, ihre Art der Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit zu behandeln.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in vier Kapitel: Das erste Kapitel dient der Bestimmung der Begriffe, welche für die Frage nach dem Image und der Pose besonders wichtig sind. Als erstes wird Text „Performance und Pose: Das Theater der Pop-Musik“¹ von Diederich Diederichsen behandelt, welcher der Ausgangstext dieser Masterarbeit ist. Zunächst werden die Begriffe Star-Image, Authentizität und Inszenierung geklärt. Dann wird auf

¹ Diederichsen, Diederich, *Über Pop-Musik*, Köln: Kiepenheuer & Witsch, 2014.

Musikvideos genauer eingegangen, in welchen die Stars ihr Image und ihre Pose präsentieren.

Die Popsängerin Lana Del Rey steht im Fokus des zweiten Kapitels. Sie wird hier als erstes im Zusammenhang mit dem Genre der Popmusik betrachtet. Als nächstes werden die wiederkehrenden Themen betrachtet, welche eine Art Muster in ihren künstlerischen Produktionen darstellen. Diese sich wiederholenden Inhalte finden sich in ihren Songtexten, Musikvideos oder Konzert-Auftritten. Anschließend wird die Art und Weise thematisiert, wie sich die Sängerin in Interviews selbst darstellt.

Das dritte Kapitel behandelt das Phänomen der Fans und in diesem Zusammenhang auch den Begriff der Immersion. Eine große Rolle spielt hier das Verhältnis zwischen Fan und Star, welches auch als parasoziale Beziehung bezeichnet wird. Weitere Themen dieses Kapitels sind Identifizierung der Fans mit dem Star, die Bedürfnisse, welche Stars erfüllen und die Bedeutung der Live-Performance.

Im letzten Kapitel werden die vier ausgewählten Musikvideos *Video Games*, *Born to Die*, *National Anthem* und *Ride* mit Augenmerk auf das Image und die Pose von Lana Del Rey analysiert. Zuvor werden die fünf verschiedenen Typen von Videoclips von Gerhard Bühler² aufgelistet.

² Bühler, Gerhard, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand. Musikvideos, Werbespots und David Lynchs Wild at Heart*, Filmstudien Hg. Von Thomas Koebner, Band 24, Sankt Augustin: Gardez! Verlag, 2002.

2 Wichtige Begriffe

In diesem Kapitel wird es hauptsächlich um die Begriffsbestimmungen gehen. Die Bezüge dieser zur Sängerin Lana Del Rey werden noch ausführlich im zweiten Kapitel untersucht. Auf den Inszenierungsbegriff wird sowohl im Kontext mit dem Star-Image als auch mit Authentizität eingegangen.

2.1 Diederich Diederichsens Definition der „Pose“

Popmusiker sind laut Diederich Diederichsen lebenslang mit einer bestimmten Rolle und Fiktion verbunden, die mit ihren künstlerischen Produktionen und ihrem Leben in der Öffentlichkeit zusammenhängen. Popmusik sei unreine Kunst, weil nie sicher ist, ob ein Popmusiker für sich spricht oder aus einer Rolle.³ In der Pop-Musik seien die beiden Prinzipien, das Performative und das Expressive, aufeinander verwiesen.⁴

Nach Diederichsen führte die Synthese aus existenzialistischen Poeten-Credo und anderen Expressivitätsmodellen der Kunst mit dem Star-System Hollywood und der konventionellen Rollen-Darsteller Binarität des Theaters in der Pop-Musik zu einer neuen Art von Darsteller.⁵

„Die performative Spielregel der Pop-Musik verdankt sich zum einen dem zunächst unreflektierten, aber durchaus parallel zu den Neo-Avantgarden der 50er artikulierten Versuch, Kunst-Leben-Grenzen zu durchstoßen, zum anderen einer Erhöhung der Dosierungen beim Konsum von anderer Leute Leben – organisiert von der zweiten Kulturindustrie.“⁶

Eine Utopie der Pop-Musik wäre nach Diederichsens Ansicht, dass es den Gegensatz von Identität/Authentizität und Nicht-Identität/Rolle spielen, nicht geben würde und das Dazwischenliegende nicht von diesen beiden Polen dirigiert werde. Techniken der Rollen-Konstruktion werden seiner Ansicht nach so weit ausgeweitet, dass die Übereinstimmung dieser gerade genannten Faktoren mehr mit den Forderungen des

³ Vgl. Diederichsen, *Über Pop-Musik*, S.133f.

⁴ Vgl. Ebd., S.136f.

⁵ Vgl. Ebd., S.133.

⁶ Ebd., S.134.

Arbeitsmarktes als mit kreativer Freiheit zu tun habe, welcher die Praxis eines Künstlers strukturiere.⁷

„Die Pose ist die zentrale Einheit der Pop-Musik, nicht weil sie etwas zum Ausdruck bringt, was ein Script oder ein Innenleben vorausgesehen hat, sondern weil sie etwas Neues in die Welt setzt: einen neuen Gedanken, ein neues Argument. Alle Erfindungen der Pop-Musik sind um Posen, um Ideen herumgebaut, was für ein fiktiver Mensch einer oder eine sein könnte.“⁸

Diese Fiktionen seien kaum einfach so entstanden, aber sie haben im ganzen „Pop-Musik-Zusammenhang“⁹ einen viel wichtigeren Stellenwert als die musikalischen Sound-Einfälle. Die Einheit der Pose könne man sich aber „auf eine bestimmte Art, zu stehen, zu gehen, gemeinsam im Raum sich ausrichten oder in die Kamera zu schauen, vorstellen.“¹⁰ Die Pose taugt laut Diederichsen nur etwas, wenn ihre Fiktion echt sei. Nach Diederichsen bezeichnet die Pose eine bestimmte Menge möglicher Haltungen, die für Künstler infrage kommen. Sie äußere sich in Texten, Covern, Musik und aufgezeichneter Körperlichkeit. Diederichsen bezeichnet die Spannung zwischen den nicht erreichbaren Polen Rolle und Identität als die „Doppelheit der Pop-Musik-Performance“¹¹. In dieser sei der Doppelcharakter der alltäglichen Pose Gegenstand.¹²

Für Diederichsen gibt es mehrere Arten des Gebrauchs von Pop-Musikern bei der Bewältigung des eigenen Lebens. Zwei Arten davon seien die Verehrung als Ersatz für ein Objekt der Libido oder als Vorbildfunktion, also Ich-Ideal.¹³

Auf das Thema der Beziehung zwischen dem Star und dem Fan wird im dritten Kapitel dieser Arbeit noch genauer eingegangen. Diederichsen beschreibt in seinem Text auch den Moment zwischen Künstler und Publikum während der Live-Performance.

⁷ Vgl. Ebd., S.136.

⁸ Ebd., S.138.

⁹ Ebd.

¹⁰ Ebd.

¹¹ Ebd., S.139.

¹² Vgl. Ebd.

¹³ Vgl. Ebd., S.140.

„Die überzeitliche Aussage – der Mythos – wird nicht überzeitlich, indem er seinen Ursprung in einer Welt vor aller historischen Zeit ansiedelt, sondern indem er im absoluten Moment einer noch nicht historischen Gegenwart spielt, seine mythische Aussage ist gerade die dieser absoluten Präsenz in einem absoluten Präsens.“¹⁴

Das für die Folklore typische rituelle Identifizieren mit den Sätzen, welche man spricht und singt, stammt laut Diederichsen aus der afroamerikanischen Blues/Gospel-Tradition. Aus narrativen Elementen des Blues und der damit einhergehenden Individualisierung stamme die Individualität einer Person, welche nicht mehr nur allgemein für Menschen spricht, sondern über ihr persönliches Schicksal.¹⁵

Bezüglich der performativen Ebene auf der Bilder die Pop-Musik formatiert haben, gibt es laut Diederichsen vier verschiedene Faktoren: 1.) Intimisierung, 2.) Identifizierung 3.) Verhältnis rituelle Konstanz/individuelle künstlerische Variable und 4.) Visualisierung von Schwäche.¹⁶

1.) Die Stars des späten 19. Und der ersten Hälfte des 20.

Jahrhunderts waren nach Diederichsen häufig nur durch ein Bild oder eine für sie typische Pose visuell fixiert. Diese einzelnen Bilder hatten den Zweck die Gesamtheit aller Projektionen und Wünschen zusammenzuhalten. Die zuverlässige Ähnlichkeit dieser Posen sei die Grundlage für die Omnipräsenz des Stars und der dubiosen Gesamtkunstwerkartigkeit der Pop-Musik.¹⁷

2.) Durch die regelmäßige Single- und Fernsehproduktion und die durch Fernsehkameras erzeugte Nähe zu dem Star, entwickelt sich nach Diederichsen ein Vertrauensverhältnis und eine Identifikation mit dem Pop-Künstler. Der Live-Auftritt bekam laut Diederichsen durch diese Tatsache eine ganz neue Bedeutung.¹⁸

¹⁴ Ebd., S.142.

¹⁵ Vgl. Ebd., S.146.

¹⁶ Vgl. Ebd., S.147.

¹⁷ Vgl. Ebd., S.148.

¹⁸ Vgl. Ebd., S.149.

- 3.) Diederichsen bezeichnet die Pose als Handwerk des Stars. Das Interesse an der äußerlichen Erscheinung und an der Persönlichkeit des Künstlers bestimme die gesamte Pop-Musik-Rezeption. Der Star ist nach Diederichsen das Zentrum jedes popmusikalischen Werkes.¹⁹
- 4.) Der Live-Auftritt in der Pop-Musik, egal ob für eine Aufzeichnung oder vor Publikum, bestehe aus Immersion und Sprechakt. Durch die „Conférence“ werde der Auftritt immer wieder unterbrochen. Dieses Unterbrechen der Illusion diene in der Pop-Musik zu einer Intensivierung des Auftritts.²⁰

Beim Performen vor dem Publikum gehe es vor allem einerseits um die Spannung zwischen der Live-Nachahmung der Studio-Aufnahme und um das Abweichen davon andererseits.²¹

„Die abweichenden improvisierten Teile hingegen referieren nicht auf die Studio-Aufnahme, auf das, was Authentizisten abfällig Konserve nennen, sondern auf die ominöse Persönlichkeit hinter allem, den essentiellen Star, die Einheit, die einen anderen ontischen Status hat; Gott statt Heiliger. Ihre gemeinsame Anwesenheit ist die Grundlage der Intensivierung durch Unterbrechung.“²²

Diederichsen bezieht sich auch auf den Camp-Fan, welcher Einladungen zu Fetischismen annimmt. Dies bedeute einzelne Momente aus Arrangements herauszunehmen und diese zu überhöhen.²³

„Und darin liegt genau der Camp-Effekt, nämlich in der Praxis, gerade in solcher Überhöhung und Idolatrie wiederum das Fleisch der Schauspieler, ihre Körperlichkeit zu spüren oder in Fehlern zu entdecken, also auch am oberen Ende der Skala abdämpfender Inszenierung wieder die Personenpräsenz anzutreffen, die sonst, am unteren Ende, vom Slapstick und seinen Verwandten eingenommen wird, wo es eben keine Dämpfung und Einbettung gibt.“²⁴

¹⁹ Vgl. Ebd., S.150.

²⁰ Vgl. Ebd., S.152f.

²¹ Vgl. Ebd., S.153.

²² Ebd., S.154.

²³ Vgl. Ebd., S.157f.

²⁴ Diederichsen, Diederich, *Körpertreffer: Zur Ästhetik der nachpopulären Künste*, Berlin: Suhrkamp, 2017, S.34.

Laut Diederichsen kann man in diesem Zusammenhang von vier Relationen sprechen: Die Pose sei eine Performance, die sowohl offenlässt, was passieren wird, als auch generell Offenheit für Erfahrung und Abenteuer andeutet. Das Bild fixiere die Pose und bildet dadurch eine ikonische Einheit, auf welche sich der Auftritt bezieht. Die Möglichkeiten der Posen sind nach Diederichsen jedoch begrenzt. Das Bild hat nach Diederichsens Ansicht mehrere Funktionen, nämlich lädt es zu Projektionen, Fetischisierungen ein und bietet die Möglichkeit²⁵ „ein Punctum zu finden, also einen offenen, unbeabsichtigten und rührenden Moment, der mit der Indexikalität des Fotos oder Filmdokuments zu tun hat.“²⁶

Der Übergang zum Sprechakt, die Unterbrechung der Illusion beim Live-Auftritt, mache den Eindruck noch intensiver, auch wenn dieser immersiv oder illusionistisch sein soll.²⁷ Diesen Effekt gibt es laut Diederichsen bereits in den Traditionen der afroamerikanischen Kultur, besonders im Hinblick auf die Verwaltung des Unterschiedes zwischen ritueller Konstante und individueller Variable eines Auftrittes.²⁸

Diederichsen bezieht sich in seinem Text auch auf Judith Butler und Erika Fischer-Lichte. Die beiden sehen Performativität und Expressivität als diametralen Gegensatz. Für Diederichsen gibt es neben diesen beiden Faktoren noch ein Drittes: Popmusik verschmelze diese beiden Möglichkeiten.²⁹

„Ich bringe mich als Pop-Musiker mitsamt meiner Geschichte und meinem Image erst in meinen Auftritten hervor (in einem viel dramatischeren Sinne als bei Butler, die sich ja auf die alltägliche Performance der Geschlechteridentitäten bezog), gleichzeitig bringe ich damit aber durchaus ein Geheimnis zum Ausdruck, das ich daheim in meiner Intimität und sozusagen nicht-performativ kultiviert und gezüchtet habe und das

²⁵ Vgl. Diederichsen, *Über Popmusik*, S.159.

²⁶ Ebd., S.159.

²⁷ Vgl. Ebd., S.153.

²⁸ Vgl. Ebd., S.155.

²⁹ Vgl. Ebd., S.135.

gegenüber den Variablen der Performance von Konstanz und größtem schicksalhaftem Ernst ist.“³⁰

Laut Erika Fischer-Lichte kann sich eine Person nicht komplett frei aussuchen, wie sie sich verkörpert und welche Identität sie haben möchte. Die Gesellschaft könne dadurch, dass Andersartigkeit mit Gegenmaßnahmen bestraft werde eine bestimmte Verkörperung durchsetzen.³¹

„[...] die Akte, Gesten und Begehren erzeugen den Effekt eines inneren Kerns oder einer inneren Substanz; doch erzeugen sie ihn auf der Oberfläche des Körpers, und zwar durch das Spiel der bezeichnenden Abwesenheiten, die zwar auf das organisierende Identitätsprinzip hinweisen, aber es niemals enthüllen. Diese im allgemeinen konstruierten Akte, Gesten und Inszenierungen erweisen sich insofern als performativ, als das Wesen oder die Identität, die sie angeblich zum Ausdruck bringen, vielmehr durch leibliche Zeichen und andere diskursive Mittel hergestellte und aufrechterhaltende Fabrikationen/Erfindungen sind.“³²

Dadurch, dass die Merkmale der Geschlechtsidentität performativ sind, wird die Identität laut Judith Butler in Wahrheit durch diese Eigenschaften gebildet. Es sei wichtig Ausdruck und Performanz zu unterscheiden. Denn falls die Merkmale und Verhaltensweisen performativ seien, gibt es nach Butler keine vorgängig existente Identität, an welcher eine Verhaltensweise oder eine Eigenschaft gemessen werden könnte. Für Butler gibt es dann keine richtigen oder falschen Akte der Geschlechtsidentität.³³

Diederichsen erwähnt in seinem Text den Mythos, welcher im Zusammenhang mit Popstars eine wichtige Rolle spielt. Mythen gibt es über nahezu alle kommerziell erfolgreichen Musiker, doch vor allem verstorbene Musiker werden wie Heldenfiguren verehrt.

³⁰ Ebd., S.135.

³¹ Vgl. Fischer-Lichte, Erika, *Ästhetik des Performativen*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2004, S.38.

³² Butler, Judith, *Das Unbehagen der Geschlechter*, aus dem Amerikanischen von Kathrina Menke, Frankfurt/M.: Suhrkamp 1991, S.200.

³³ Vgl. Butler, *Das Unbehagen der Geschlechter*, S.208.

„So wie beim Mythos unentscheidbar sein muss, ob die Geschichte historisch oder fiktiv ist, ist in der Pop-Musik konstitutiv unentscheidbar, ob der Protagonist eine wirkliche oder eine erfundene Figur ist.“³⁴

Der Mythos ist laut Roland Barthes eine Rede und alles was in einen Diskurs eintritt, könne ein Mythos werden. Nach Barthes werde er nicht durch den Gegenstand seiner Botschaft bestimmt, sondern durch die Weise, wie dieser sich ausdrückt. Der Mythos habe formale, aber keine inhaltlichen Grenzen.³⁵

„Was der Mythos als wahr und endgültig benennt, bedarf per soziokultureller Übereinkunft keiner weiteren Diskussion. Als symbolisch formulierte Variante der operativen Fiktion *Wahrheit* entledigt sich der Mythos für jene, die an ihn glauben, weiteren Diskussionsbedarfs der in ihm benannten Problemlösungen und Erklärungen.“³⁶

Diederichsen vergleicht außerdem Roland Barthes Begriff des Neutrums mit der Pose. Für Diederichsen scheint das Neutrum, ähnlich wie die Pose ein Drittes zwischen Performance und Passion zu sein. Diederichsen nennt als Beispiel eine soziale Konversation: Ein Moment stehe in einer seltsamen Relation zu einem neutralem Ort, welcher nicht einer des Schweigens oder Sprechens sein könne, sondern eine Ökonomie der Verweigerung erfordere.³⁷

„Schweigen, zunächst eine Waffe, um die Paradigmen (die Konflikte) des Sprechens zu unterlaufen; dann verhärtet es sich selbst zum Zeichen (das heißt: wird eingebunden in ein Paradigma): Das Neutrum, das die Paradigmen meidet, wird also – paradoxerweise – versuchen, das Schweigen (als Zeichen, als System) zu unterlaufen.“³⁸

2.2 Die Bedeutung des „Star-Image“ in der Popmusik

Das Image eines Stars entspricht dem Bild, welches die Öffentlichkeit von ihm oder ihr hat. Es wird eine Art Identität eingeführt, die in sich stimmig

³⁴ Diederichsen, *Über Popmusik*, S.141.

³⁵ Vgl. Barthes, Roland, *Mythen des Alltags – Vollständige Ausgabe*, aus dem Französischen von Horst Brühmann, Berlin: Suhrkamp, 2010, S.251.

³⁶ Keller, Katrin, „Der Star und seine Nutzer“, Diss., Cultural Studies, Hg. von Rainer Winter, Bielefeld: transcript Verlag, 2008, S.115.

³⁷ Vgl. Diederichsen, *Über Popmusik*, S.161.

³⁸ Barthes, Roland, *Das Neutrum – Vorlesung am Collège de France 1977-1978*, Hg. von Eric Marty und Thomas Clerc, Deutsch von Horst Brühmann, Frankfurt/M.: Suhrkamp 2005, S.64.

ist. Das Image führt dazu, dass alleine durch das Hören des Künstlernamens sofort bestimmte Assoziationen hergestellt werden und für den Star typische Merkmale vorgestellt werden können. Diese Identität des Popstars wird inszeniert, weshalb dieser Begriff in diesem Kontext einen wichtigen Stellenwert hat.

„Eng verbunden damit ist die Einsicht, daß das Phänomen Star nur zeitlich umfassend, das heißt historiographisch, und in seiner ganzen systematischen Komplexität, das heißt holistisch, behandelt werden kann – was bislang noch niemand geleistet hat. Es gibt also noch keine Theorie des Stars. Vor dem Hintergrund bisheriger Beiträge lassen sich aber vielleicht Vorüberlegungen zu einer solchen Theorie formulieren und zur Diskussion stellen: zur kulturellen Reichweite und Bedeutung des Stars, zur paradoxen Struktur des Starwesens, zur Geschichtlichkeit des Stars als theatraler Inszenierung, zu seinen zentralen Funktionen, schließlich zum Verhältnis von Star und öffentlichem Raum als dessen unverzichtbare Bedingung.“³⁹

Laut Julia Wippersberg wurde der Begriff Star lange für erfolgreiche und bekannte Personen aus dem Filmbereich benutzt. Erst danach wurde er auch für andere Bereiche verwendet.⁴⁰ Vor allem drei Merkmale seien in der Fachliteratur für das Verständnis des Stars von Bedeutung: „Leistung, Image und Kontinuität.“⁴¹ Die auf Personen bezogene Bezeichnung des Stars wird häufig mit Popularität und Erfolg in Zusammenhang gebracht.⁴²

„Als ‚Star‘ ist dabei eine Person zu verstehen, die durch ihre körperliche Präsenz, ihr Auftreten, ihre Gestik und Mimik nicht nur eine Rolle glaubhaft verkörpern kann, sondern darüber hinaus auch noch ein Publikum zu faszinieren und auf seine Person zu fixieren weiß. Der Star ist einerseits an ein Medium, an eine Institution der Öffentlichkeit gebunden, fokussiert diese mediale Öffentlichkeit durch seine Person und stellt damit eine integrative Kraft dar, indem sich das Publikum durch ihn an diese Öffentlichkeit binden läßt.“⁴³

Laut Silke Riemann ist der Künstlername des Popstars sein
Markenzeichen und diene zur Wiedererkennung für die potentiellen

³⁹ Faulstich, Werner, *Medienkulturen*, München: Wilhelm Fink Verlag, 2000, S.202.

⁴⁰ Vgl. Wippersberg, Julia, „Prominenz. Entstehung, Erklärungen, Erwartungen“, Diss., Forschungsfeld Kommunikation Bd. 25, hg. von Walter Hömberg, Heinz Pürer und Roger Blum, Konstanz: UKH Verlagsgesellschaft mbH, 2007, S.30.

⁴¹ Faulstich, *Medienkulturen*, S.202.

⁴² Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.31.

⁴³ Hickethier, Knut, „Vom Theaterstar zum Filmstar. Merkmale des Starwesens um die Wende vom neunzehnten zum zwanzigsten Jahrhundert“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.31.

Konsumentinnen und Konsumenten. Diese „funktionalen Identitäten“⁴⁴, die laut Riemann als Image oder auch Personal Identities beschrieben werden können, gehen nicht in der Person des Popmusikers auf. Sie seien aus theaterwissenschaftlicher Sicht als Rollen zu bezeichnen. Beschäftigt man sich genauer mit dem Image eines Popstars zeigt sich, welche Merkmale seine Rolle hat und wie sie aufgebaut und entwickelt werde. Das Produzieren der Rolle eines Popstars findet nach Riemann in verschiedenen Medien statt, in denen Popstars gezeigt werden und es handle sich dabei um einen Prozess der Arbeitsteilung.⁴⁵ Die Namen der Popstars garantieren nach Riemann einen bestimmten Klang und eine eigene Songstruktur. Es gebe für den Künstler typische Themen, welche verhandelt werden und es werde ein bestimmtes Lebensgefühl vermittelt.⁴⁶

Ein Star sei nicht an eine spezifische mediale Öffentlichkeit gebunden und das Auftauchen in unterschiedlichen neuen Medien kann laut Wippersberg abgewechselt und zum Vorteil des Stars genutzt werden. Öffentlichkeit, Publikum und Fans machen nach Wippersberg den Star erst zu einem solchen. Der Star werde durch die Wahrnehmung durch das Publikum definiert. Die internationalen Massenmedien und die damit zusammenhängende Reproduzierbarkeit von Inhalten waren für Wippersberg die Voraussetzung für die Entstehung von Stars und Prominenten.⁴⁷

Das Starimage muss auch im Zusammenhang mit der Bedeutung von Popmusik selbst betrachtet werden. Genauso wie die Popmusik vielseitig ist, sind es auch die vielen verschiedenen Starimages:

„[...] daß es sich bei Popmusik nicht um ein bestimmtes musikalisches Genre oder einen Stil handelt. Nicht ein bestimmter Rhythmus ist Erkennungsmerkmal von Popmusik, auch nicht eine bestimmte

⁴⁴ Riemann, Silke, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips. Eine Untersuchung anhand der Videoclip-Kompilationen ‚US‘ – Peter Gabriel (1993) ‚HIStory‘ – Michael Jackson (1995) und ‚Greatest Flix II‘ – Queen (1991)“, Diss., 1. Aufl., Berlin: Pharus Verlag, 1998, S.7.

⁴⁵ Vgl. Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.7.

⁴⁶ Vgl. Ebd., S.25.

⁴⁷ Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.32ff.

Vortragsweise, sondern einzig ihre Realisation auf dem Markt, ihr Absatz als Tonträger, als Ausdruck dessen: ihre Chartplatzierung. Populäre Musik ist keine Entität, sondern eine Konstruktion zwischen Musikern, Fans und Industrie, die jeweils ausgehandelt wird.“⁴⁸

Der Begriff Image im Zusammenhang mit Popstars beschreibt die verschiedenen Merkmale, die typisch für die Rolle eines Popstars sind und welchen Ruf er oder sie in der Öffentlichkeit hat. Laut Riemann wird das Image in dieser Bedeutung im Englischen „Performer Identity“ genannt.⁴⁹

„Aus dem Theater/der Theaterwissenschaft übernehme ich den Begriff Rolle: Eine Rolle ist die theatralische Figurengestaltung und –entwicklung als schauspielerische Aufgabe, die auf der Dialektik von Darsteller und Rolle/Figur basiert. Sie kann die Gestaltung eines Menschen sein, muß aber nicht (z.B. Natur oder Phantasiewesen).“⁵⁰

Laut Riemann ist die Rolle des Popmusikers das Ergebnis einer bestimmten Inszenierung. Die Rolle sei eine Art Markenzeichen, welches die Wiedererkennbarkeit des Stars sichere und andererseits müsse es auch Raum für Innovation und Weiterentwicklung geben. In der Öffentlichkeit gibt es nach Riemann eine bestimmte Einschätzung der Eigenschaften eines Popstars und diese werden auch durch die Rolle bestimmt. Die Musik wirke dabei als künstlerischer Ausdruck eines Lebensstils, eines kulturellen Hintergrunds, eines bestimmten Modestils oder einer Haltung zu bestimmten Themen.⁵¹

Das Spielen seiner individuellen Rolle als Markenzeichen sei eine darstellerische Tätigkeit des Popstars. Den Musikerinnen und Musikern sei der Unterschied zwischen der eigenen Identität und der Rolle häufig nicht bewusst. Dieses Bewusstmachen werde durch die Tatsache erschwert, dass die Popstar-Rolle der echten Lebensgeschichte und den Charaktereigenschaften sehr ähnlich ist.⁵²

„Die Benjaminsche Definition von Aura, als einmalige Erscheinung einer Ferne, so nah sie sein mag“⁵³ wird mit der Forderung nach der

⁴⁸ Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.22f.

⁴⁹ Vgl. Ebd., S.25.

⁵⁰ Ebd.

⁵¹ Vgl. Ebd., S.26.

⁵² Vgl. Ebd., S.27.

Kultwertigkeit des Starverhaltens, das im Ritual der Verehrung organisiert sein muß – wobei Star und Fan als durchaus gleichwertige Subjekte fungieren können – in Beziehung gesetzt. Daraus folgt die Struktur der Stargestalt, die sich vor allem durch ihr Besonderes, ihre Exklusivität, Ausschließlichkeit, Unverwechselbarkeit, Unaustauschbarkeit und Unvergleichlichkeit von ihrem Umfeld abheben muß. Dies sind Qualitäten, die von der Rolle eines Popstars gefordert sind.“⁵⁴

Wippersberg, die sich vor allem mit dem Begriff der Prominenz auseinandersetzt bemerkt, dass Prominente und Stars viele Gemeinsamkeiten haben: Beide seien stark vom Zeitgeist abhängig und aus der Populärkultur hervorgegangen. Sie verbindet Öffentlichkeit, Bekanntheit bei einem sehr großen Publikum und „Zuschreibung des Status durch dritte, nämlich durch das jeweils spezifische Publikum.“⁵⁵ Prominenz sei für Wippersberg, aber nur die Vorstufe zum Star. Ein Star ist automatisch auch prominent, dies gelte aber umgekehrt nicht.⁵⁶ Prominente und Stars sind laut Wippersberg als Identifikationsmodell für eine Gruppe oder ein Individuum von Bedeutung.⁵⁷

„*Prominenz* betont die Distanz zum Publikum im Sinne eines sozialen Abstands etwa durch Erfolg oder Herkunft, der in und durch mediale(n) Darstellungen hervorgehoben ebenso wie hervorgerufen wird; *Stardum* impliziert darüber hinaus stärker gewichtete affektive und moralische Besetzungen der Bezeichnungen auf den Star.“⁵⁸

Für Katrin Keller ist der Begriff Prominenz ein Versuch eine medial gesetzte Relationalität relativ neutral zu beschreiben. Ihr zufolge verwendet man das Wort Star hingegen, wenn auf starke affektive und moralische Beteiligungen der Star-Nutzer hingedeutet wird.⁵⁹

„Prominenz sollte neutral, ohne jede Wertung und ohne impliziten Hinweis auf Leistung, gesellschaftliche Anerkennung, gesellschaftliche Herkunft, Werdegang, gesamtgesellschaftlichen Einfluss, gesellschaftliche Zustimmung, Erscheinungsform oder Ausprägung verwendet werden.“⁶⁰

⁵⁴ Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.28.

⁵⁵ Wippersberg, „Prominenz“, S.35.

⁵⁶ Vgl. Ebd., S.36.

⁵⁷ Vgl. Ebd., S.39.

⁵⁸ Vgl. Keller, „Der Star und seine Nutzer“ S.119.

⁵⁹ Vgl. Ebd., S.152.

⁶⁰ Wippersberg, „Prominenz“, S.38.

Wippersberg beschäftigt sich auch mit dem Begriff Ruhm, welcher wichtig für die Unterscheidung von Prominenten und Stars ist. Ruhm hänge mit großen und außergewöhnlichen Leistungen zusammen, „mit Langfristigkeit und einer Bewertung der Handlung.“⁶¹ Der Ruhm selbst müsse die Anerkennung von einer großen Anzahl an Personen bekommen und deshalb ist auch Vermittlung notwendig, ohne die es keinen Ruhm geben kann.⁶² Nach Wippersbergs Meinung wird der Begriff in letzter Zeit nicht mehr so häufig verwendet, im Gegensatz zu dem Wort berühmt. Ruhm wird oft für verstorbene Personen verwendet, die in ihrem Leben bekannt und erfolgreich waren.⁶³

„Ruhm beinhaltet darüber hinaus (neben der Vermittlung, einem Publikum und der Langfristigkeit) immer ein Element der besonderen und herausragenden Leistung und ist immer mit (positiven) Wertungen behaftet.“⁶⁴

Bei der Inszenierung eines Popstars, geht es in diesem Zusammenhang vor allem um Selbstdarstellung und Präsentation, welche im Voraus geplant werden und häufig auf die Wünsche und Bedürfnisse einer bestimmten Zielgruppe eingehen.

Nach der Ansicht von Wippersberg werden bestimmte Inszenierungsstrategien eingesetzt, um die Aufmerksamkeit der medienkonsumierenden Öffentlichkeit zu gewinnen.⁶⁵ Sie spricht sogar von einem Zwang zur Inszenierung für Prominente: Diese müssen sich durch ihre eigene Leistung von anderen Personen der Öffentlichkeit hervorheben und die Anforderungen der kommerziellen Medien erfüllen. Das heißt, dass sie auf eine bestimmte Art inszeniert werden, um gut vermarktet werden zu können.⁶⁶

„Der Star wird damit zur Inszenierungs-, Orientierungs- und Vermittlungsinstanz, die zwar an live-Medien gebunden bleibt, aber nicht mehr reduziert werden kann auf die elektronischen Medien. [...] wobei in

⁶¹ Ebd., S.72.

⁶² Vgl. Ebd.

⁶³ Vgl. Ebd., S.79.

⁶⁴ Ebd., S.80.

⁶⁵ Vgl. Ebd., S.199.

⁶⁶ Vgl. Ebd., S.201.

allen Fällen die Theatralik der Performanz zum Status als Star hinzugehört.“⁶⁷

„Star“ ist Werner Faulstich zufolge ein relationaler Begriff. Man könne bei diesem komplexen Phänomen nur Verständnis erlangen, wenn man es in seinen zahlreichen Bezugssystemen betrachtet. Laut ihm hängt es von wirtschaftlichen, sozialen und global gesellschaftlichen Faktoren ab, wer zum Star wird.⁶⁸

Das Festlegen auf ein Image bringt Carlo Michael Sommer zufolge Konflikte mit der biografischen Person, welche die Rolle nicht mehr spielen kann oder imagewidrig alt wird. Deshalb seien verstorbene Idole am langlebigsten, da sie ihr mythisches Bild nicht mehr zerstören können.⁶⁹

„Mythisierungen von Stars kommen für gewöhnlich dann zum Tragen, wenn andere Erklärungsmuster nicht mehr greifen und für den Nutzer ein Kontingenz-*Overload* droht, also etwa im Falle eines plötzlichen Todes des medial gerade noch präsenten Stars.“⁷⁰

Nach dem Tod oder kompletten Rückzug, gerät der Star laut Faulstich entweder in Vergessenheit oder wird in den Kultstatus erhoben. Laut ihm gehe es beim Außerordentlichen, bei der Überschreitung der Norm des Stars um Erfolg, Image, Leistung und Aura. Durch diese Kombination könne das Phänomen Star, die zahlreichen aufeinander folgenden Star-Images überdauern.⁷¹

Ähnlich wie Diederichsen ist auch Katrin Keller der Ansicht, dass das Image des Musiker-Stars viel mehr durch eine wechselseitige Nähe von beruflicher und privater Rolle geprägt ist, als das von Schauspielerinnen und Schauspielern. Der Grund dafür liege in den Besonderheiten der

⁶⁷ Faulstich, *Medienkulturen*, S.204f.

⁶⁸ Vgl. Faulstich, Werner, „Von Elvis Presley bis Michael Jackson – Kleine Startypologie der Rockgeschichte“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.155f.

⁶⁹ Vgl. Sommer, Carlo Michael, „Stars als Mittel der Identitätskonstruktion. Überlegungen zum Phänomen des Star-Kults aus sozialpsychologischer Sicht“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.115.

⁷⁰ Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.115f.

⁷¹ Vgl. Faulstich, *Medienkulturen*, S.206f.

musikalischen Kommunikation und auch in einer schweren Grenzziehung zwischen privater und beruflicher Rolle der berühmten Musikerinnen und Musiker. Im Gegensatz zum Schauspieler-Star, bei dem es vordergründig um Fiktionen geht, müsse der Musiker-Star authentisch wirken.⁷²

2.3 Der Begriff der Authentizität im Kontext mit Inszenierung

Der Begriff Authentizität hat sich laut Susanne Knaller und Harro Müller zu einem Markenartikel entwickelt. Er enthält ihnen zufolge eine „Aura von Echtheit, Wahrhaftigkeit, Ursprünglichkeit Unmittelbarkeit, Eigentlichkeit“⁷³. Anscheinend gibt es in der westlichen Welt eine sozial und kulturell entwickelte Sehnsucht nach diesen gerade genannten Eigenschaften. Nach der Ansicht von Knaller und Müller gibt es eine global betriebene Authentizitätsindustrie, die diese Wünsche der Menschen für sich zu nutzen weiß.⁷⁴

„Authentisch/Authentizität wird auf Subjekte wie Objekte bezogen, als konkrete Eigenschaft wie als Abstraktum gehandelt. Systematisch vereinfachend lässt sich zunächst zwischen Subjekt- und Objektauthentizität unterscheiden. Wie innerhalb der ersten Kategorie sowohl ein anthropologisch bzw. durch Ursprungsmythen fixiertes Selbstverständnis ebenso Platz findet wie ein historisch und gesellschaftskulturell bestimmtes Identitätskonzept, umfasst auch die zweite Kategorie universal bzw. abstrakt-ideal konzipierte Authentizität wie zeitlich und räumlich konkrete.“⁷⁵

Authentisch und Authentizität gelten laut Knaller als ästhetische Grundbegriffe und bedienen einen Beglaubigungs-, Zuschreibungs- als auch einen moral-philosophischen Diskurs. Der Begriff sei besonders für die Kunsttheorie der Moderne von Bedeutung, denn er könne als echt und

⁷² Vgl. Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.221.

⁷³ Knaller, Susanne; Müller, Harro, „Einleitung. Authentizität und kein Ende“, in: Knaller, Susanne; Müller, Harro (Hrsg.), *Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs*, München: Wilhelm Fink Verlag, 2006, S.7f.

⁷⁴ Vgl. Knaller, Müller, „Einleitung“, S.7f.

⁷⁵ Knaller, Susanne, *Ein Wort aus der Fremde. Geschichte und Theorie des Begriffs Authentizität*, Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 2007, S.8.

original einen ästhetischen Wert andeuten. Der Sinn dahinter könne sehr weit ausgedehnt werden.⁷⁶

Erst in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist Authentizität laut Knaller als ästhetiktheoretischer Begriff bekannt geworden.⁷⁷

„Für das 18. und 19. Jahrhundert lässt sich stark verallgemeinernd sagen, dass viele Konzeptionen davon ausgegangen sind, das Besondere und das Allgemeine, das Spezifische und das Generelle, das Partikuläre und das Ganze könnten letztlich im Allgemeinen, Generellen, Ganzen versöhnt werden. Insofern bleibt in diesen Konzeptionen das Subjekt stets an einen starken Wahrheitsbegriff gebunden, auf den man sein Leben hin ausrichten kann.“⁷⁸

Knaller und Müller begründen den großen Erfolg des Begriffs Authentizität in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts damit, dass die Einzelperson in ihrer Rolle als allgemeiner Mensch, als Teil von Gemeinschaften und als Individuum der Moderne keinen Ort mehr hat, an dem sie die verschiedenen Zumutungen zusammenführen könne. Der Authentizitätsbegriff ist nach Knaller und Müller gleichzeitig Ausdruck und Symptom dieser Krise und somit ein Krisenbegriff, der diese weniger sichtbar mache.⁷⁹ Der Begriff wird auf sehr viele verschiedene Arten angewendet, teilweise auch widersprüchlich.⁸⁰

Da Realismus und Mimesis auf Konventionen der Rezeption und der Darstellung basieren, ist dieses diskursive Muster laut Knaller jederzeit umwandelbar. Ihrer Meinung nach gibt es die Annahme einer primären Welt, welche auf realistische Formen basiert. Innerhalb dieser sei es egal, ob sie metaphysisch oder rational legitim sei.⁸¹

„[...] Im alltäglichen Kultursystem ist es die Authentizität einer Starrolle, eines kodifizierten Looks (Rapper und street credibility), einer durch Bilder und Songtexte kommunizierten Emotion, einer Medienrepräsentation per se (MTV-Reporter), einer bestimmten Weinsorte in einem bestimmten Restaurant, die zwischen den Medien und den Lebensentwürfen verbindet und wieder trennt. In der kontext-/medienreflexiven Kunst ist es

⁷⁶ Vgl. Knaller, *Ein Wort aus der Fremde*, S.14.

⁷⁷ Vgl. Ebd., S.20.

⁷⁸ Ebd.

⁷⁹ Vgl. Knaller; Müller, „Einleitung“, S.10f.

⁸⁰ Vgl. Ebd., S.14.

⁸¹ Vgl. Knaller, *Ein Wort aus der Fremde*, S.135.

Authentizität im Spiel-Prozess, eine Vorstellung von Virtualisierung, durch die Echtraum und Kunstraum als mediale relationiert werden können.“⁸²

Etymologisch steht das Wort Authentizität laut Thomas Knieper und Marion Müller für Echtheit, Glaubwürdigkeit und verweise auf das Ich, das Selbst und das Individuum. Durch die Bedeutung des Begriffs lasse sich ein Kontext zwischen einem Produkt, welches von einer Einzelperson hergestellt wird und seiner Authentizität bilden. Schon durch die Reproduktion verliere das Bild einen Teil seiner Authentizität.⁸³

Laut Erika Fischer-Lichte bezieht sich der Begriff Inszenierung als ästhetische und gleichzeitig anthropologische Kategorie auf schöpferische Prozesse. In diesen werde etwas entwickelt und dargestellt und sie verbinden Imaginäres, Fiktives und Empirisches.⁸⁴ Für Fischer-Lichte lässt die Inszenierung etwas in der Gegenwart auftauchen und produziert somit keinen Schein. Sie stellt sich die Frage nach den Grenzen zwischen inszenierten und nicht-inszenierten Handlungen, da Personen oft nicht anders können, als sich zu inszenieren und dies gelte auch für alle kulturellen Bereiche.⁸⁵

Aufgrund der Definitionen der Begriffe Authentizität und Inszenierung fällt auf, dass diese gegensätzlich sind: Inszenierte Produktionen sind laut Thomas Knieper und Marion Müller in einem Kollektiv erschaffene Produkte, welche nicht auf ein Individuum zurückzuführen sind.⁸⁶

Auch Tanjev Schultz betont die Gegensätze von Authentizität und Inszenierung: Wenn etwas inszeniert ist, sei es weniger authentisch und echte Authentizität habe keine Inszenierung notwendig. Bei der

⁸² Ebd., S.139.

⁸³ Vgl. Benjamin Walter, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, dritte, autorisierte letzte Fassung, 1939, in: Benjamin, Walter, *Gesammelte Schriften*. Band I, Werkausgabe Band 2, herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1980, S. 477.

⁸⁴ Vgl. Fischer-Lichte, Erika, „Theatralität und Inszenierung“, in: Fischer-Lichte, Erika; Horn, Christian; Pflug, Isabel; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Inszenierung von Authentizität*, 2. Aufl., Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2007, S.21.

⁸⁵ Vgl. Fischer-Lichte, „Theatralität und Inszenierung“, S.22f.

⁸⁶ Vgl. Knieper, Thomas; Müller, Marion G., „Vorwort“, in: Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.), *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2003, S.7.

Inszenierung handle es sich um ein Handeln mit einer bestimmten Absicht und es sollen dabei bestimmte Effekte bei den Zuschauerinnen und Zuschauern erreicht werden.⁸⁷

Auch im allgemeinen Sprachgebrauch möchte man mit der Aussage „Sei authentischer!“ sein Gegenüber zum Zeigen seiner wahren Identität auffordern. Wenn beispielweise eine Rolle authentisch gespielt wird, geht es gleichzeitig auch um eine inszenierte Rolle. Deshalb scheinen Authentizität und Rolle, jedenfalls in der Alltagssprache, nicht komplett gegensätzliche Begriffe zu sein.

„Doch sein Bezug und seine Reichweite sind vieldeutig, und es lebt von einem reichen begrifflichen Assoziationsfeld: Echtheit, Natürlichkeit, Originalität, Individualität, Unnachahmlichkeit, Spontaneität, Ursprünglichkeit, Unmittelbarkeit, Wahrhaftigkeit, Glaubwürdigkeit etc. Während in manchen Kontexten das Urteil, etwas sei inszeniert, gleichbedeutend ist mit der Idee eines Verlustes von Authentizität, so stellt sich in anderen Fällen gerade die Frage, ob eine Inszenierung, deren Status als Inszenierung ohnehin unstrittig ist, etwas authentisch zum Ausdruck bringt.“⁸⁸

Medialität bedeutet laut Knut Hickethier, dass es einen Apparat gibt, wie beispielweise das Theater des 19. Jahrhunderts und später dann der Film und die elektronischen Medien, welche noch viel mehr Möglichkeiten beinhalten. In diesen apparativen Strukturen erschaffen Stars eine Vorstellung von Natürlichkeit. Obwohl diese künstlich erzeugt werde, erscheint sie für die Zuseherinnen und Zuseher direkt und unmittelbar. Für Hickethier ist der Star deshalb durch ein Paradoxon bestimmt:⁸⁹

„Als ganz Natur, ganz Mensch, ganz unverstelltes Ich zu erscheinen und dabei nur durch eine hochgradig arbeitsteilige mediale Produktion der Kulturindustrie existieren zu können, ja erst durch sie überhaupt zu einem ‚System‘ zu werden, dem innerhalb der Medienproduktion und –rezeption eine gewisse Eigenständigkeit zukommt.“⁹⁰

⁸⁷ Vgl. Schultz, Tanjev, „Alles inszeniert und nichts authentisch? Visuelle Kommunikation in den vielschichtigen Kontexten von Inszenierung und Authentizität“, in: Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.), *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2003, S.11.

⁸⁸ Schultz, „Alles inszeniert und nichts authentisch?“, S.12.

⁸⁹ Vgl. Hickethier, „Vom Theaterstar zum Filmstar“, S.32.

⁹⁰ Ebd.

Laut Hickethier liegt die Kunst der Inszenierung eines Stars darin, natürlich zu wirken, auch wenn im Hintergrund eine arbeitsteilige mediale Produktion der Kulturindustrie im Gang ist. Ohne diese könne der gesellschaftliche Status nicht bestehen bleiben.⁹¹

„Handlungen bzw. Handlungsergebnisse sind dementsprechend dann authentizitätsrelevant, wenn sie aus Sicht des Beobachters für den Beobachteten eine Selbstreferenz aufweisen, also Anlass zu Annahmen über den Zusammenhang der kognitiven Herstellungen und kommunikativen Darstellungen des Beobachteten geben.“⁹²

Laut Katrin Keller kann man nur authentisch sein, wenn man den Unterschied zwischen authentisch und nicht authentisch kennt. Ihr zufolge könne man nur nicht authentisch handeln, wenn man sich seinen Identitätsherstellungen als alternativen Handlungsweisen bewusst ist und sich somit auch absichtlich gegen die authentische Darstellung entscheiden kann.⁹³ Nach Keller brauche man deshalb Falschheit, damit es Wahrheit geben kann und Inauthentizität, damit es Authentizität geben kann.⁹⁴

„Authentizität ist gewissermaßen eine Art *reflexive Wahrheit*, eine Wahrheit mit attribuiertem Rückbezug auf den kommunizierenden Aktanten. In Abhängigkeit vom Beobachter kann und muss für jeden (authentizitäts)relevanten Ko-Aktanten und dessen Kommunikationshandlungen zumindest implizit über dessen Authentizität entschieden werden.“⁹⁵

Nachdem die verschiedenen Definitionen des Begriffs Authentizität behandelt wurden, wird im Laufe des zweiten Kapitels die Authentizität und Inszenierung bei Lana Del Rey untersucht. Für die Fans eines Popstars hat Authentizität, wie wir noch bemerken werden, einen besonders hohen Stellenwert.

⁹¹ Vgl. Ebd.

⁹² Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.62.

⁹³ Vgl. Ebd., S.63.

⁹⁴ Vgl. Ebd., S.76.

⁹⁵ Ebd., S.66.

2.4 Musikvideos als Unterstützung des Popstar-Images

Musikvideos wurden laut Riemann eigentlich als Werbemittel der Musikindustrie eingesetzt und diese ökonomische Funktion werde ästhetisch umgesetzt. Neben der üblichen Präsentation von Songs auf Radiosendern kam es nach Riemann in den 80er Jahren zu einer Verbindung von Popmusik, Film und Werbespot.⁹⁶

„Im Unterschied zum Werbespot für ein Konsumgut erfolgt die Produktpräsentation des Videoclips nicht dramaturgisch verpackt oder als abschließender Höhepunkt des Spots, sondern der Videoclip selbst, die spezifische Inszenierung der Popmusiker, ist die Produktpräsentation. Heute ist schon gar nicht mehr auszumachen, ob die visuelle Ebene für die musikalische – den Kauf des Tonträgers – wirbt oder umgekehrt.“⁹⁷

Songs können laut Gerhard Bühler im besten Fall durch ein Musikvideo ausdrucksvoller, intensiver und überzeugender wirken und das Produkt somit für Konsumentinnen und Konsumenten interessanter machen. Durch Musikvideos haben Musikerinnen und Musiker die Möglichkeit sehr schnell ein großes Publikum zu erreichen und dadurch zu Popstars zu werden.⁹⁸ Bühler bezeichnet in seinem Text das Musikfernsehen als Vermittlung der Musikvideos. Mittlerweile werden Musikvideos am häufigsten auf Internetplattformen wie Youtube oder Vimeo angesehen.

Bühler ist der Meinung, dass Musikvideos gewöhnlichen Werbespots überlegen sind, da diese eine Steigerungsform der Werbung sind und mithilfe von synästhetischen Qualitäten an sich als Unterhaltungsware zu betrachten sind. Was Videoclips von klassischen Werbefilmen unterscheidet ist, dass sie nicht nur zum Verkauf dienen, sondern von Anfang an unterhaltende ästhetische Objekte seien.⁹⁹

Die Zeichen und Symbole, die in den Musikvideos verwendet werden müssen laut Riemann Bezüge zum Leben der Zuseherinnen und Zuseher aufbauen, Assoziationen und Affekte ermöglichen. Ansonsten würde die Werbung nicht funktionieren.

⁹⁶ Vgl. Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.38.

⁹⁷ Ebd., S.40.

⁹⁸ Vgl. Bühler, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand*, S.157.

⁹⁹ Vgl. Ebd., S.157.

In Musikvideos werden nach Riemann Rollen und nicht Identitäten gezeigt. Es sei auffallend, dass es bestimmte Muster der Inszenierungen von Popstars in Videoclips gibt. Die Musik gehört meistens einer bestimmten Kultur an. Musikvideos als Vermittlung einer Popstar-Rolle sind laut Riemann die Schnittstelle zwischen der ästhetischen Inszenierung und der ökonomischen Funktion.¹⁰⁰

Aus der bildenden Kunst heraus entwickelte sich nach Riemann die Videokunst bis zum Ende der 60er Jahre in den Industrieländern. In Stocken kam diese Entwicklung in den 70er Jahren, aufgrund der hohen Kosten der technischen Hilfsmittel. Erst als die Videokunst mit der Musikindustrie, welche die notwendigen finanziellen Mittel hatte zusammengeführt wurde, konnte das Musikvideo weiterentwickelt werden. Aufgrund dieser Verbindung zum internationalen Musikmarkt, welcher vor allem auf Werbung für Tonträger spezialisiert ist, seien die Möglichkeiten der Videokünstler aber auch begrenzter als zuvor.¹⁰¹

„Nahezu alle narrativen Musikvideos mit zumindest anteiligem epischem Charakter geben sich als Ausschnitte von Spielfilmen oder werden darüber gleich gänzlich zum ‚Minispielfilm‘.“¹⁰²

Die Musikerinnen und Musiker werden laut Riemann im Videoclip selbst zum Darsteller, aber es handle sich häufig um kurze Momentaufnahmen, aufgrund der begrenzten Zeit der Videos. Es gebe verschiedene Arten eine Geschichte zu erzählen. Nach Riemann wird hauptsächlich posiert und es gibt wenig Interaktion.¹⁰³

Riemann zufolge ist bei der Inszenierung dieser Art von narrativen Videoclips die Verwendung von Klischees notwendig. Denn nur auf diese Weise könne in kürzester Zeit eine Handlung erzählt werden. Bei diesen Klischees handle es sich beispielweise um Stereotype oder eindeutige Situationen, welche zur Orientierung geboten werden. Hierbei werden laut Riemann vor allem Filmklischees verwendet, wobei das Genre Videoclip

¹⁰⁰ Vgl. Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.41f.

¹⁰¹ Vgl. Ebd., S.42f.

¹⁰² Bühler, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand*, S.323.

¹⁰³ Vgl. Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.50.

nach Riemann selbst seine eigenen Klischees geschaffen hat: Ähnlich wie im Musicalfilm singen Akteure in allen möglichen Handlungen.¹⁰⁴

„Die doppelte Identität der MusikerInnen als erzählende und gleichzeitig Figuren der Geschichte und die damit verbundene doppelte Anrede begründen die Ordnung der Diskurse, die im Gegensatz zum klassischen Erzählkino eine nicht-hierarchische zwischen Autorenschaft und Figur ist. Die Abwesenheit der Hierarchie der Diskurse widerspiegelt sich sodann im Musikvideo als genrespezifisch doppelter ‚Blick‘, in dem über die Erzählenden die direkte Adressierung des Publikum wirksam ist. Der direkte Blick in die Kamera beispielweise ist der mediatisierte direkte Blick des Sängers oder Sängerin zum Publikum während der Live-Performance, zu dem er oder sie direkt singt. Dieser Blick, der also auf einer Konvention der Pop-Performance beruht, bedeutet im popmusikalischen Code Authentizität und mediatisierte Intimität. Er hat nichts mit dem Illusionsbruch der filmischen Tradition zu tun [...]“¹⁰⁵

Natürlich muss dazu angemerkt werden, dass es genauso wie bei Filmen, sehr viele verschiedene Arten von Musikvideos gibt. Manchmal erscheinen die Musikerinnen und Musiker nicht einmal im Musikvideo. Auf die verschiedenen Arten von Musikvideos wird im letzten Kapitel noch genauer eingegangen.

Laut Gerhard Bühler gibt es eine riesige Bandbreite an verschiedenen Arten von Musikvideos. Man könne nur ein differenziertes Urteil erlangen, wenn man sich sowohl kommerzielle als auch künstlerisch anspruchsvolle Videoclips ansieht. Es gebe keine bestimmte Formel, wie ein Musikvideo aufgebaut sein soll. Es gab laut Bühler seit dem Beginn der Musikvideogeschichte immer auch eine geringe Zahl an innovativen und avantgardistischen Videoclips, welche künstlerisch, kreativ und experimentierfreudig sind.¹⁰⁶ Trotzdem kann man laut Bühler von einer typischen Clipästhetik sprechen. Diese entwickle sich aus der Zusammensetzung von vielen unterschiedlichen Videoclips, die zum Großteil bestimmte Gemeinsamkeiten aufweisen.¹⁰⁷

¹⁰⁴ Vgl. Ebd., S.51.

¹⁰⁵ Ebd., S.51.

¹⁰⁶ Vgl. Bühler, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand*, S.158.

¹⁰⁷ Vgl. Ebd., S.325.

Für Gerhard Bühler bilden Musikvideos und Werbespots den Ausgangspunkt für die Entwicklung und Anwendung von neuen filmsprachlichen Narrationsweisen und Ausdrucksformen.¹⁰⁸

„Als Phänomen der Postmoderne ist die Gattung des Musikvideoclips geprägt von radikalem Pluralismus. Aufgrund der dieser Postmoderne zu eigenen Qualitäten, wie sie in der theoretischen Diskussion bereits formuliert wurden, gelingt jedoch die Verbindung der diversen, auch widersprüchlichen Einzelemente in einem komplexen Ganzen.“¹⁰⁹

Die Musikvideos von Lana Del Rey werden im vierten Kapitel noch genau untersucht. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Tatsache, dass es von Lana Del Rey zwei Musikvideos gibt, in denen bestimmte Marken beworben werden. Darauf wird im folgenden Kapitel auch eingegangen. Außerdem werden die Begriffe, welche gerade erklärt wurden, im Kontext mit der Sängerin betrachtet.

¹⁰⁸ Vgl. Ebd., S.13.

¹⁰⁹ Ebd., S.160.

3 Die Popsängerin Lana Del Rey

Nachdem im vorangegangenen Kapitel die wichtigsten Begriffe definiert wurden, handelt dieses Kapitel nun konkret von der Pose und dem Image von Lana Del Rey. Um genauer zu sein, geht es als erstes um die Verortung der Sängerin in der Popmusik. Zunächst werden die Kernthemen ihres musikalischen Schaffens behandelt, wobei sich hierbei ein bestimmtes, wiederholendes Muster erkennen lässt. Ein weiteres Thema des zweiten Kapitels ist die Art und Weise, wie Lana Del Rey in den Medien dargestellt wird, beziehungsweise wie sie sich selbst darstellt.

3.1 Lana Del Rey und Popkultur

Da Lana Del Rey als Popmusikerin kategorisiert wird, werden als erstes wichtige Thesen zur Popmusik im Kontext mit ihr betrachtet. Die Popmusik hat sich im Laufe des 20. Jahrhunderts entwickelt und ist in der heutigen Zeit allgegenwärtig und nicht mehr wegzudenken.

Nisaar Ulama zufolge gibt es beim Pop keine bestimmten Kriterien des Stils, durch welche ein Lied als gelungen einzuordnen wäre. Am wichtigsten sei die Botschaft, die übermittelt werde. Stilvorgaben und Epochen seien nicht mehr notwendig. Im Zeitalter des radikalen Pluralismus ist die Kunst Ulamas Ansicht nach erst tatsächlich befreit.¹¹⁰

„Populär oder Pop in Verbindung mit Kultur bedeutet zunächst, dass ästhetische Produkte und Praxen von einem breiten heterogenen Publikum wahrgenommen und vernommen werden. Ästhetische Produkte lassen sich als populär bezeichnen, wenn sie auf eine bestimmte Weise dargeboten, hergestellt und rezipiert werden. Kultur bedeutet hier nichts anderes als ein bestimmtes Teilsystem, in dem ästhetische Erzeugnisse produziert und konsumiert werden, die sich durch bestimmte Merkmale

¹¹⁰ Vgl. Ulama, Nisaar, „Pop ist philosophische Kunst.“ Hegel, Danto und die Postmoderne.“, in: Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.), *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur Hrsg. v. Thomas Hecken Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010, S.137.

auszeichnen, ebenso wie wir von Esskultur, Reisekultur oder politischer Kultur sprechen.“¹¹¹

Von Bedeutung sind für Marcus Dölller die spezifischen Erfahrungen und Erlebnisse, welche Rezipientinnen und Rezipienten sich von ästhetischen popkulturellen Produkten erwarten. Was alle Produkte der Popkultur gemeinsam haben sei die Vermittlung von ästhetischen Erfahrungen. Diese können alleine oder im Kollektiv gemacht werden. Nach Döllers Ansicht geht es bei Rezeptionserfahrungen, welche in der Gruppe gemacht werden häufig um popkulturelle Erzeugnisse.¹¹²

„Schnell wird klar, dass populäre Produkte nicht nur unterhaltende, sondern auch reflexive und selbstreflexive Möglichkeiten eröffnen. Sie stellen sich in ein kritisches Verhältnis zu sich selbst und ihnen vorangegangenen Produktionen, sie eröffnen Räume, in denen die Rezipienten zu sich selbst und anderen in ein neues und reicheres Verhältnis zur Welt treten können.“¹¹³

Die Fähigkeit ästhetische Produktionen in deren Komplexität oder Einfachheit deuten zu können, bezeichnet Dölller als rezeptives Vermögen. Durch dieses Können sei es möglich verschiedene Arten der Darstellung selbstständig analytisch zu beschreiben. Dölller zufolge ist es zusätzlich notwendig ein ausreichendes Wissen über bestimmte mediale Inszenierungen und über deren Grenzen und Möglichkeiten zu haben. Diese Fähigkeiten hängen von den jeweiligen persönlichen Erfahrungen ab und variieren bei jeder Person. Als intentionales Vermögen bezeichnet er die Bereitschaft, in Situationen des Alltags mit verschiedenen ästhetischen Produktionen umgehen zu können. Durch diese Fähigkeit ist es laut Dölller möglich, nicht alle ästhetischen Erzeugnisse immer nur als gelungen oder misslungen zu betrachten, sondern selbstständig den Produktionen auszusetzen und sich von diesen bestimmen zu lassen, um von anderen Dingen die einen umgeben loslassen zu können.¹¹⁴ Nach

¹¹¹ Dölller, Marcus, „Das artistische Potential der Populärkultur“, in: Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.), *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur Hrsg. v. Thomas Hecken Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010, S.143.

¹¹² Vgl. Dölller, „Das artistische Potential der Populärkultur“, S.148.

¹¹³ Ebd., S.149.

¹¹⁴ Vgl. Ebd., S.152.

Döller integriert, variiert und reflektiert die Popkultur die klassische Kunst aus einer neuen medialen Perspektive.¹¹⁵

Laut Keller wird im Alltag der Mediengesellschaft zwischen Subkultur, Mainstream, Hochkultur und populärer Kultur differenziert. Ihrer Ansicht nach kam es hierbei zu einer Verlagerung der Bedeutungen von einem politischen zu einem ästhetischen Bereich.¹¹⁶

„Pop ist schnell atmosphärisch, emotional, kontextuell und kontingent, vor allem aber immer da und immer anders. Als verlässlich flexible Konstante im Leben ihrer Nutzer zeichnet sich Populäre Kultur durch ihre Zugänglichkeit und potentielle lustvolle Genießbarkeit aus. Während sich die Gesichter des Pop mit den Gesichtern der Stars verändern, bleibt Populäre Kultur als Wahlpflichtveranstaltung und Partikularkulturprogramm verlässlich, weil nicht oder kaum verlassbar.“¹¹⁷

Popmusik ist für den Großteil der Menschen in unserer westlichen Gesellschaft zugänglich. Man kommt kaum daran vorbei, etwas über die Popkultur zu erfahren, wenn man verschiedenste Medien konsumiert.

Neue Trends wirken sich laut Volker Steenblock auf die Popmusik, Shopping, Markenkleidung, Inszenierung des Körpers, Design, Tanz und Performanz aus. Die Popmusik profitiere von der Freude am Klang des Menschen. Sie steht ihm zufolge für den Rausch der Jugend, die das Leben für sich entdeckt und ist ein Mittel für die Expressivität des menschlichen Lebens.¹¹⁸ Nach Steenblock werden beim Musikhören die Alltagsgedanken und Bedürfnisse nach Sinn in die angehörten Melodien und Phrasen projiziert.¹¹⁹

Wie bei Diederichsen schon erwähnt wurde, geht es in der Popmusik nicht nur um den Sound, sondern auch um den Lebensstil. Nach Riemann dient sie zum Zweck der Identitätsfindung und Bestätigung dieser von kulturellen Gruppen und Einzelpersonen. Es handle sich bei der Popmusik

¹¹⁵ Vgl. Ebd., S.156.

¹¹⁶ Vgl. Keller, Katrin, „Der Star und seine Nutzer“, Diss., Cultural Studies, Hg. von Rainer Winter, Bielefeld: transcript Verlag, 2008, S.102.

¹¹⁷ Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.106.

¹¹⁸ Vgl. Steenblock, Volker: „Bemerkungen zur Popkultur“, in: Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.) *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur Hrsg. v. Thomas Hecken, Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010, S.196.

¹¹⁹ Vgl. Steenblock, „Bemerkungen zur Popkultur“, S.197.

um eine wechselseitige Kommunikation zwischen Produzenten und Rezipienten: Es gehe um Erscheinungsbilder, um die Inhalte der Songtexte wie Sichtweisen auf Lebenserfahrungen, Zustände in der Gesellschaft, Probleme oder Wünsche und diese werden nach Riemann über den Tanz und dem Umgang mit Instrumenten organisiert.¹²⁰

3.2 Wiederkehrende Themen in ihren Liedern

Zunächst muss betont werden, dass die wiederkehrenden Themen nicht nur in Lana Del Reys Songs vorkommen, sondern in allen künstlerischen Produktionen, wie beispielweise Musikvideos, Interviews oder Live-Auftritten. Zunächst werden die Texte ihrer Lieder genauer untersucht, um die sich wiederholenden Themen, die für ihre Pose charakteristisch sind, aufzuzeigen.

Die Sängerin Lana Del Rey wird, seitdem sie mit ihrem Lied *Video Games* im Jahr 2011 internationale Bekanntheit erlangt hat, mit einer bestimmten Rolle verbunden. Sie verkörpert eine verspielte Form der Weiblichkeit, Melancholie und Verträumtheit. Die Traurigkeit wird in ihren Texten und Musikvideos als etwas Schönes und Romantisches dargestellt. Auch in Interviews und Konzerten verhält sie sich dieser Rolle entsprechend.

Für Vito Pinto trägt schon der Titel ihres ersten kommerziell erfolgreichen Albums *Born to Die* (2012) eine "mögliche Vergänglichkeit der Persona Lana del Rey prominent in sich."¹²¹ Pinto untersucht in seinem Text das Moment der Vergänglichkeit, welches von ihm vor dem Hintergrund verschiedener Formen, Strukturen, Klischees und Ikonen der amerikanischen Kultur diskutiert wird. Laut Pinto wird häufig kritisiert, dass sie in ihren künstlerischen Produktionen ausschließlich Oberflächenerscheinungen behandelt, dadurch dass sie zufällig Musikstile, Pop-Kultur, Geschichte und Ikonen der Gesellschaft der US-

¹²⁰ Vgl. Riemann, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips“, S.23.

¹²¹ Pinto, Vito, „Geboren, um zu sterben. Lana del Reys melodramatischer American Dream“, in: Brüstle, Christa (Hg.), *Pop-Frauen der Gegenwart. Körper – Stimme – Image. Vermarktungsstrategien zwischen Selbstinszenierung und Fremdbestimmung*, Bielefeld: transcript Verlag, 2015, S.117.

Amerikaner zitiere und als Pastiche ausstelle. Für Pinto ist dieser Vorwurf nicht gerechtfertigt: Ihm zufolge gibt es bei Lana Del Rey eine kritische und distanzierte Position zu den zitierten Phänomenen. Dies hänge damit zusammen, wie die Kunstpersona Lana Del Rey in Musik, Stimmlichkeit, Text und Äußerlichem eine melodramatische Inszenierung darbietet, welche mit Aspekten des "American Dream" verbunden sind.¹²²

„Don't make me sad, don't make me cry
Sometimes love is not enough and the road gets tough
I don't know why [...] Choose your last words
This is the last time, 'cause you and I, we were born to die“¹²³

Anhand dieses Liedtextes kann man die melodramatische Inszenierung und das Moment der Vergänglichkeit, welches Pinto erwähnt, erkennen. Auch das Thema der unglücklichen Liebe ist hier vorhanden.

„‘Born To Die‘, der Song und das Album, erzählen jedenfalls nicht von Resignation und Hoffnungslosigkeit wie etliche Indie-Jammer-Bands, sondern von der Stärke, die aus dem Sturz kommt und von der kribbelnden Spannung, die eine magnetische Anziehung verursacht. Das muss man sich auch einmal trauen, sein Debütwerk so zu nennen, das ist einerseits eine Pose, wie man sie nur aus dem Metal oder Lanas geliebtem Hip Hop kennt. Und andererseits ungebrochen beinhart, denn wie oft haucht einem eine Schmelzstimme schon aus dem Radio zu, dass wir alle, früher oder später, Baby, unter der Erde liegen werden?“¹²⁴

Dieser Auszug vom Artikel eines Journalisten des Radiosenders FM4 fasst die wesentlichen Themen von Lana Del Rey gut zusammen: Es gehe um dramatische Erfahrungen, welche einen stärker machen, das Verliebtsein und um die Vergänglichkeit des Lebens. Interessanterweise wird auch hier der Begriff der Pose verwendet.

Die Erzählhaltung, welche von Sängerinnen und Sängern eingenommen wird, sei laut Christian Jooß-Bernau bedeutend bei der Überlegung zur Stimme und deren Performativität im Popsong. Wenn in einem Lied aus der Ich-Perspektive erzählt wird, stellt sich nach Jooß-Bernau die Frage,

¹²² Vgl. Pinto, „Geboren, um zu sterben“, S.117.

¹²³ Lana Del Rey, *Born to Die*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2011; die vollständigen Texte befinden sich im Anhang.

¹²⁴ Fuchs, Christian, *Schönes Sterben. Erste Höreindrücke von Lana Del Reys Debütalbum „Born To Die“*, 2012, <http://fm4v3.orf.at/stories/1693730/index.html>, Zugriff: 07.08.2018.

ob es sich wirklich um die Person der Sängerin oder des Sängers selbst handelt, oder um eine Rolle, die eingenommen wird. Selbstverständlich gebe es auch Liedtexte, die eine Handlung vermitteln, welche sich mit verschiedenen Thematiken auseinandersetzen und aus unterschiedlichen Sichtweisen erzählt werden können.¹²⁵

Auch Diederichsen geht im Ausgangstext dieser Arbeit, wie man im ersten Kapitel gesehen hat, auf die Erzählhaltung der Sängerin oder des Sängers ein. Diese ist besonders wichtig für die Identifizierung der Fans mit ihren Stars.

Abgesehen von den klassischen literarischen Erzählerpositionen, ist das Singen oder Sprechen aus einer archetypischen Rolle für Jooß-Bernau spezifisch für die Popmusik. Dabei komme es zu einer Reduktion bei der Stimme der Sängerin oder des Sängers, die bestimmte und grundsätzliche emotionale Haltungen verkörpert. Diese seien beispielweise Liebe, sexuelles Begehren, Freude, Zorn oder Hass, denn die Lieder aus der Pop-Musik bieten häufig eine seelische Projektionsfläche für die Hörerinnen und Hörer. In vielen Fällen begibt sich die Sängerin oder der Sänger nicht in eine bestimmte Rolle und der Songtext beschreibt keine Geschichte, sondern dies wird nur angedeutet, indem Gefühle beschrieben werden.¹²⁶

In Lana Del Reys Liedern wird immer aus der Ich oder Wir-Perspektive gesprochen. Jeder Inhalt wird stark dramatisiert und verlorene Liebe ist eines der Hauptthemen:

„But when you walked out the door a piece of me died
I told you I wanted more
That’s not what I had in mind
I just want it like before
We were dancing all night
Then they took you away

¹²⁵ Vgl. Jooß-Bernau, Christian, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form. Seine Varianten und seine Bedingungen im kulturell-öffentlichen Raum“, Diss., München, Univ., Theatron. Studien zur Geschichte und Theorie der dramatischen Künste, Hrsg. Von Balme, Christopher B.; Bayerdörfer, Hans-Peter; Borchmeyer, Dieter; Höfele, Andreas, Bd. 55, Berlin/New York: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2010, S.80.

¹²⁶ Vgl. Jooß-Bernau, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form“, S.81.

Stole you out of my life
You just need to remember
I will love you 'til the end of time
I would wait a million years
Promise you'll remember that you're mine
Baby can you see through the tears?"¹²⁷

Knut Hickethier zufolge verweist der englische Starbegriff auf das amerikanische Kino. Es sei nicht weiter verwunderlich, dass viele den Star als eine amerikanische Erfindung ansehen, welcher sich als Teil des Hollywood-Kinos zu einem System entwickelt hat und dann auch nach Europa gelangt ist.¹²⁸

Diese Tatsache ist in Bezug auf Lana Del Rey interessant, da die Inszenierung ihrer Rolle sehr stark mit dem Hollywood-Kino zusammenhängt. Die Stadt Los Angeles ist Schauplatz von Videoclips der Sängerin, sie kommt in manchen Liedern vor und auch die Kleider, die sie bei ihren Auftritten und Musikvideos trägt, erinnern sehr stark an den Stil von klassischen Hollywood Diven.

Laut Kate Aronoff wird die Persona, die Lana Del Rey im Laufe ihrer Karriere entwickelt hat, definiert durch traurige und nihilistische Songs, welche von Tod, Nostalgie, schlechten Liebespartnern und Americana handeln.¹²⁹ Das Bild, welches Lana Del Rey von Amerika erschaffen hat, übt auf viele ihrer Fans einen Reiz aus. Der Grund dafür liegt Aronoff zufolge darin, dass dieses Bild einen Enthusiasmus für Amerika aufzeigt, während die Realität durch ausreichend Nostalgie gefiltert wird, um jede Ahnung zu verhindern, dass sie über ein Land spricht, welches es tatsächlich gibt.¹³⁰

„I hear the birds on the summer breeze,

¹²⁷ Lana Del Rey, *Blue Jeans*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2012.

¹²⁸ Vgl. Hickethier, Knut, „Vom Theaterstar zum Filmstar. Merkmale des Starwesens um die Wende vom neunzehnten zum zwanzigsten Jahrhundert“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.29.

¹²⁹ Vgl. Aronoff, Kate, „Lana Del Rey's America“, in: *Dissent*, 4/64, 2017, EBSCOhost Education, <http://web.b.ebscohost.com.uaccess.univie.ac.at/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=3fede29d-68b9-4ddb-b089-175c8a8b69af%40sessionmgr101>, Zugriff: 07.08.2018, S.11.

¹³⁰ Vgl. Aronoff, „Lana Del Rey's America“, S.13f.

I drive fast, I am alone at midnight.
Been tryin' hard not to get into trouble,
But I, I've got a war in my mind.
So, I just ride, just ride.“¹³¹

Der Text des Liedes *Ride* (2012), welches in der Musikvideoanalyse im letzten Teil der Masterarbeit noch genau behandelt wird, beschreibt das Klischee von Amerika als Land der Freiheit, in dem man endlos lang auf einem Highway durch die Wüste fahren könne.

Aronoff zufolge ist sie besonders für ihre typische Stimmung und Ästhetik berühmt und nicht nur für einzelne Lieder. In ihrem Album *Lust for Life* (2017) versuche sie ihr fiktionales Amerika mit dem realen zu versöhnen.¹³²

„Trumplandia has made her rethink her patriotism, in other words, but not abandon it. In an interview with Pitchfork, the singer said she would stop flying the stars and stripes behind her when performing 'Born to Die', the title track off her first album. [...] Del Rey, who has made a career more or less accepting the male gaze's role in modern pop, is less concerned with the symbolism of Trump than in the consequences of his reign.“¹³³

Für Aronoff ist die Traurigkeit bei ihrem Album *Lust for Life* weitläufiger und setzt sich damit auseinander, wie es ist in einem Land zu leben, welches sie kaum wiedererkennt. Dass Millionen von Amerikanern in einen kollektiven Trauerprozess involviert seien, scheint Lana Del Reys Lieder davon befreit zu haben hauptsächlich von zwischenmenschlichen Beziehungen zu handeln und biete ihr den Raum darüber zu sprechen, was in der Welt schief läuft. Laut Aronoff gibt es in *Lust for Life* einen Kampf zwischen Eskapismus und dem Verlangen danach eine bestimmte Version des amerikanischen Traums verwirklicht zu sehen.¹³⁴

„Is it the end of an era?
Is it the end of America?
When the world was at war before

¹³¹ Lana Del Rey, *Ride*, Audio-CD, *Born to Die – The Paradise Edition*, Interscope/Polydor: 2012.

¹³² Vgl. Ebd., S.13.

¹³³ Ebd., S.14.

¹³⁴ Vgl. Ebd., S.14.

We just kept dancin“¹³⁵

Der Tod hängt sowohl im Musikvideo von *Summertime Sadness*, als auch in *Born to Die* mit der Intensität von junger Liebe zusammen, wie sich auch in den Songtexten erkennen lässt.¹³⁶

„I'm feelin' electric tonight
Cruising down the coast goin' 'bout 99
Got my bad baby by my heavenly side
I know if I go, I'll die happy tonight [...]
I think I'll miss you forever
Like the stars miss the sun in the morning skies
Late is better than never
Even if you're gone I'm gonna drive“¹³⁷

Auch dieser Text beinhaltet erneut Ausflüge mit dem Auto und die Vergänglichkeit des eigenen Lebens und der Liebe. Es geht um das Gefühl jugendlicher Verliebtheit, welches in ihren Songs ständig idealisiert und überdramatisiert wird. Oft wird auch intensiv die äußere Schönheit ihres Geliebten beschrieben.

„Dying together promises to eternalise the love, to provide the only absolute guarantee against the insupportable idea of having to separate. [...] In such a setting fragility, contingency, and transient imperfection testify to the intensity of life while being in love and to a frail beauty that can hardly last. All the same we should not be blind to how this morbid boost of bliss also potentially comes to question a commercial culture bent on idealising the intensified now.“¹³⁸

Sieht man sich alle Songtexte von Lana Del Rey an, bemerkt man, wie sehr sich die Themen Liebe, Jugend, Nostalgie, Vergänglichkeit des Lebens und eine bestimmte Vorstellung von Amerika wiederholen. Auch bei der bildlichen Darstellung in den Medien kommen diese Themen vor, was im nächsten Unterpunkt behandelt wird.

¹³⁵ Lana Del Rey, *When the World Was at War We Kept Dancing*, Audio-CD, *Lust for Life*, Interscope/Polydor: 2017.

¹³⁶ Vgl. Fetveit, Arild, "Death, beauty, and iconoclastic nostalgia: Precarious aesthetics and Lana Del Rey", in: *NECSUS. European Journal of Media Studies*, 2/4, 30.09.2015, DOAJ Directory of Open Access Journals, <http://www.ingentaconnect.com.uaccess.univie.ac.at/content/aup/necsus/2015/00000004/00000002/art00012;jsessionid=283isog9h87cg.x-ic-live-02>, Zugriff: 07.08.2018., S.192.

¹³⁷ Lana Del Rey, *Summertime Sadness*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2012.

¹³⁸ Fetveit, "Death, beauty, and iconoclastic nostalgia", S.193.

3.3 Die Darstellung von Lana Del Rey in den Medien

Die Darstellung der Popsängerin in den Medien wird anhand von zwei Beispielen untersucht: Zuerst wird ein Interview mit Lana Del Rey beschrieben und behandelt und anschließend ihre Plattencovers.

Die Rätselhaftigkeit des Stars muss nach Faulstich erhalten bleiben, denn der Star könne ohne seinen Geheimnischarakter seinen Status verlieren. Die zahlreichen privaten Informationen, welche der Fan über den Star herausfindet, sind nach Faulstich kein Widerspruch. Das Image des Stars sei auch privat komplett konstruiert und auf die Nachfrage zugeschnitten. Laut Faulstich sind Unnahbarkeit und Abstand ein Teil des Stars.¹³⁹

„She’s been criticized since then for lacking authenticity, with detractors arguing that she’s too plastic and was set up for commercial success by her wealthy and well-connected family [...] She dealt with the lack mainly by casting off the idea that authenticity is even possible in modern pop music, leaning hard into her dark and campy trademarks, and never cowing to the haters.“¹⁴⁰

Als in der Öffentlichkeit bekannt wurde, dass Lana Del Rey nicht aus kleinbürgerlichen Verhältnissen kommt und ihr echter Name Elizabeth Grant ist, wurde ihre Authentizität laut Pinto hinterfragt. Außerdem wurde bekannt, dass sie schon länger in der New Yorker Clubszene aufgetreten sei und 2010 ein eher erfolgloses Download-Album veröffentlicht hatte, zu welchem man aus nicht bekannten Gründen keinen Zugang mehr hatte. Daraufhin wurde sie von einigen Kritikern als kommerzielles Musik-Sternchen betrachtet.¹⁴¹

"Sie ist auch auf den Titelseiten wichtiger Mode- und Lifestyle-Magazine sowie in großen Werbekampagnen zu sehen und zu hören, etwa in einer Kampagne der Modekette H&M: Der Clip zum Bobby Vinton-Klassiker BLUE VELVET etwa ist ein Musterbeispiel für cross-mediales Marketing, fungiert und funktioniert er doch als Video- und Werbeclip für die Verbreitung der Musik Lana del Reys sowie als Werbespot der schwedischen Modemarke. 2013 folgten mit BURNING DESIRE und

¹³⁹ Vgl. Faulstich, *Medienkulturen*, S.206.

¹⁴⁰ Aronoff, "Lana Del Rey's America", S.12.

¹⁴¹ Vgl. Pinto, „Geboren, um zu sterben“, S.116.

YOUNG AND BEAUTIFUL zwei weitere cross-mediale Coups, die beide noch mehr auf Glamour als nur auf einen Abglanz davon setzten.¹⁴²

Prinzipiell kann man festhalten, dass alle Musik-Künstlerinnen und -Künstler, die von einer breiten Masse gekannt werden, bereits als kommerziell bezeichnet werden können. Es existiert das Image von Musikerinnen und Musikern, denen es tatsächlich nur um die Musik geht, aber letzten Endes wollen die meisten auch von ihrem Schaffen leben. Deshalb ist kommerzieller Erfolg der Traum vieler Musikerinnen und Musiker. In den Medien wird dies jedoch oft negativ dargestellt, wenn eine Künstlerin oder ein Künstler plötzlich kommerziellen Erfolg hat und sogar Produkte bewirbt, die nichts mehr mit der eigenen Musik zu tun haben.

Um die Darstellung von Lana Del Rey in den Medien besser beschreiben zu können, wurde für diesen Abschnitt des zweiten Kapitels ein Interview von der Sängerin mit Complex¹⁴³ gesichtet, welches nun im Zusammenhang mit den theoretischen Texten betrachtet wird.

Das Video, welches am 26.07.2017 auf den Youtube-Channel von Complex hochgeladen wurde, zeigt Lana Del Rey und den Interviewer in einer Bar und ist monochrom. Es wurde eine Video-Aufzeichnung eines Interviews ausgewählt, da man hierbei hört, wie die Sängerin zu Wort kommt und was sie wirklich sagt. Natürlich kann auch bei einem Video durch den Schnitt sehr viel vom Inhalt verändert werden, dennoch bin ich der Meinung, dass es für die Analyse gut geeignet ist.

Laut Keller wird die Überzeugungsfähigkeit des authentischen Stars gefährdet, wenn man sich vorstellt, dass Stars zielgerichtet mit Medien zusammenarbeiten und sich medial angepassten Strategien der Selbstdarstellung und der Anti-Inszenierung annehmen. Denn die Künstlerin oder der Künstler handle gezielt und nicht wie er oder sie tatsächlich ist. Keller zufolge ist diese Vorstellung für Rezipientinnen und Rezipienten mit starker affektiver Involvierung nicht von Vorteil, da diese sich eine

¹⁴² Ebd., S.117.

¹⁴³ Lana Del Rey On "Lust for Life," Avoiding Cultural Appropriation, and Politics | The Complex Cover, USA 2017; <https://www.youtube.com/watch?v=q3ReJi0bXCs>, Zugriff: 30.07.18.

Deckungsgleichheit von öffentlichem Star und Star als Privatperson
wünschen.¹⁴⁴

„Um den Star identitätskonstruktiv positiv einsetzen zu können, müssen seine Nutzer ihn als authentisch bewerten, müssen also davon ausgehen, dass die kognitiven Identitätsherstellungen des Stars und seine kommunikativen Identitätsdarstellungen übereinstimmen. Deshalb sind Medien wie Stars darum bemüht, den Star qua Anti-Inszenierungs-Inszenierungsstrategien vor allem in seiner Rolle als *Star-Mensch* als unvermittelt-authentisch erscheinen zu lassen bzw. seine Mitarbeit an der Medialität seiner Darstellungen als *Star-Mensch* auszublenden.“¹⁴⁵

Für Faulstich liegt die Grundlage des Stars in seinem spannungsreichen und widersprüchlichen Verhältnis von Nähe und Distanz. Persönlichkeit sei in diesem Kontext wichtig, da nur eine reale Person und keine Dinge einen Starcharakter haben können.¹⁴⁶

Phillip Vannini zufolge ist es durchaus üblich persönliche Narrative zu organisieren, die dem Publikum erzählt werden, um die gewünschten Ergebnisse zu erzielen. Die Details der Lebensgeschichten von Popstars seien für ein Massenpublikum sehr einfach zugänglich. Dieses Publikum bewerte daraufhin die Persona des Stars und seine Produkte. Produzentinnen und Produzenten sind sich laut Vannini offensichtlich bewusst, wie wichtig es ist, eine kohärente Lebensgeschichte einer Künstlerin oder eines Künstlers an die Rezipientinnen und Rezipienten zu präsentieren und auf diese Weise werden Lebensgeschichten zu Waren gemacht. Es gebe Marketing-Strategien, die es schaffen das Ansehen und die Glaubwürdigkeit zu verbessern. Die mediale Repräsentation des Selbst und die Darstellung einer öffentlichen Person ist anscheinend ein Prozess des Marketings.¹⁴⁷ Lana Del Rey betont stets, dass ihre Songtexte autobiographisch sind, wenn sie zum Beispiel sagt: „I think if you're writing it yourself it's important to have half the record at least were

¹⁴⁴ Vgl. Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.135.

¹⁴⁵ Ebd., S.153.

¹⁴⁶ Vgl. Faulstich, *Medienkulturen*, S.205f.

¹⁴⁷ Vgl. Vannini, Phillip, „The Meanings of a Star: Interpreting Music Fans' Reviews“, in: *Symbolic Interaction* Vol.27/1, 2004, ProQuest Sociology Database, <https://search-proquest-com.uaccess.univie.ac.at/docview/224801723?accountid=14682>, 21.04.2018, S.47-69. S.55.

you got, you know, little bit of your life in there or a little bit of an opinion [...]“ (10‘30“-10‘45“)

Nach Vannini werden bestimmte Zeichen verwendet, um eine öffentliche Person zu konstruieren. Diese werden von den Rezipientinnen und Rezipienten auf verschiedene Arten interpretiert. Die Authentizität eines kulturellen Produkts gewinnt durch den Prozess der Interaktion an Bedeutung.¹⁴⁸

Der Interviewer spricht die Figur, die sie im Lauf ihrer Karriere entwickelt hat an und wie sich diese verändert hat. Diese ist für ihn ein Mix aus ihr und einer Imagination und er fragt sie, ob sich die Linie zwischen ihr und dieser Figur im Laufe der Zeit verwischt hat. Lana Del Rey meint daraufhin, es wäre natürlich einfacher gewesen, wenn sie nicht so viel von sich und über ihre romantischen Beziehungen preisgegeben hätte. Sie ist der Ansicht, dass sie sich so gezeigt hat wie sie war und betont auch, wie sehr sie sich seitdem verändert hat (15‘20“-16‘15“).

„In unserer eigenen Konzeption von Selbstdarstellung stehen alle individuellen Versuche im Mittelpunkt, anderen mitzuteilen, wie man sich selbst sieht bzw. man gesehen werden möchte. Selbstdarstellung meint damit sowohl die Vermittlung faktischer Selbstbilder, durch die sich eine Person gekennzeichnet sieht, als auch potenzieller Selbstbilder, die eine Person anstrebt oder fürchtet.“¹⁴⁹

Diese Zeichen, von denen Vannini spricht sind auch in einem Interview Teil der Pose und des Images. Es kommt bei der Darstellung des Stars stets zu einer Wiederholung dieser typischen Zeichen. Die Authentizität muss für die Fans immer vorhanden sein und deshalb inszeniert sich der Star ständig seiner Rolle entsprechend. Auch beim Interview sind die Pose, das Image und die Selbstdarstellung entscheidend, ob die Fans von der Rolle überzeugt sind.

„Unter der Perspektive von Performativität und Ereignis lassen sich Persönlichkeitseigenschaften also als performative Bereitschaften

¹⁴⁸ Vgl. Vannini, „The Meanings of a Star“, S.64f.

¹⁴⁹ Laux, Lothar; Spielhagen, Caroline; Renner, Karl-Heinz, „Persönlichkeitseigenschaften als Selbstdarstellungsprodukte: Vom Ereignis zur Eigenschaft“, in: Fischer-Lichte, Erika; Horn, Chrisitan; Umathum, Sandra; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Performativität und Ereignis*, Tübingen u.a.: Francke, 2003, S.245.

interpretieren: konkrete Ereignisse, in denen Personen ihre Selbstbilder ‚ausperformieren‘, können über die Mechanismen der Wiederholung und sozialen Rückmeldung die Wahrscheinlichkeit erhöhen, in ähnlichen Situationen ähnliche performative Akte zur Vermittlung von Selbstbildern vollziehen.“¹⁵⁰

Die Inszenierung des Stars dürfe nicht vorhersehbar und langweilig sein. Laut Faulstich braucht es einen Moment der Rätselhaftigkeit, damit das Interesse am Star bestehen bleibt. Das Image müsse „interne Dissonanzen, Leerstellen oder tendenzielle Widersprüche aufweisen“¹⁵¹, um nicht zu einseitig und durchschaubar zu wirken.¹⁵²

Auch für Sommer ist die Komponente des Geheimnisses wichtig. Der Star müsse einen Mythos verkörpern, also ein bestimmtes traditionelles Rollenschema, welches einen bestimmten Kontext beinhaltet, dessen Ursprung jedoch ungewiss ist. Beim Image des Stars müssen die bestimmten Übereinstimmungen zwischen den verschiedenen Elementen zueinander passen und glaubwürdig erscheinen und dadurch ein Star-Image hervorbringen.¹⁵³

Beim Interview fällt auf, dass Lana Del Rey meint, sehr viel von sich preiszugeben. Trotzdem gibt es immer noch eine geheimnisvolle Komponente, da man als Zuseherin oder Zuseher nicht wissen kann, ob dies überhaupt der Realität entspricht oder ob sie aus ihrer Rolle als Star spricht. Diese Rätselhaftigkeit ist ein Teil der Star-Inszenierung.

Sommer ist der Meinung, dass selbst alles, was aus dem Privatleben eines Stars gezeigt wird und authentisch erscheint, schlussendlich genauso konstruiert wird wie das Rollen-Image. Der Star wird sich in seinem Privatleben auch ohne Produzentinnen und Produzenten im

¹⁵⁰ Laux, Spielhagen, Renner, „Persönlichkeitseigenschaften als Selbstdarstellungsprodukte, S.256.

¹⁵¹ Faulstich, Werner; Korte, Helmut; Lowry, Stephen; Strobel, Ricarda: „Kontinuität“ – zur Imagefundierung des Film- und Fernsehstars“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.18.

¹⁵² Vgl. Faulstich, „Kontinuität“, S. 17f.

¹⁵³ Sommer, „Stars als Mittel der Identitätskonstruktion“, S.114f.

Hintergrund bewusst oder unbewusst ein Verhalten an den Tag legen, das dem eigenen Image gerecht ist.¹⁵⁴

„I feel like on the last records I just really needed to look inward to figure out why things had gone so far down one path, and then I kind of came to the end of my self-examination and [...] I just naturally sort of was looking at everything else, but of course [...] all my experiences and you know like romantic relationships and stuff are still peppered in to some of the songs on this record. But also [...] obviously with Obama as the president [...] me and everybody I know, I think, we just felt really safe and protected and felt like we were viewed the way we wanted to be viewed in terms of the world like how they saw America [...]“ (4:40“-5:40‘)

In den häufigsten Fällen können sich Künstlerinnen und Künstler sogar auf ihre Interviews vorbereiten, da sie schon im Vorfeld die Fragen zugeschickt bekommen. Dies ist bestimmt kein Zufall, da sie sich so in ihrer Rolle als öffentliche Person entsprechend darauf vorbereiten können.

Laut Jooß-Bernau wird die Körpersprache des Stars beispielweise im Musikvideo vermittelt. Die Rezipientinnen und Rezipienten bekommen dadurch neben dem Aussehen auch die passende Bewegung als Vorlage. Grundsätzlich könne das äußere Erscheinungsbild auch einfach über das Plattencover vermittelt werden, jedoch nicht so variabel.¹⁵⁵

Untersucht man die Pose eines Popstars, müssen unbedingt auch Plattencover und Fotografien berücksichtigt werden, da diese ein wichtiger Teil davon sind. Betrachtet man die fünf ausgewählten Cover¹⁵⁶ von Lana Del Rey Alben *Born to Die* (2012), *Born to Die – The Paradise Edition* (2012), *Ultraviolence* (2014), *Honeymoon* (2015) und *Lust for Live* (2017), lässt sich ein wiederkehrendes Muster erkennen: Lana Del Rey ist im Zentrum des Bildes und trägt immer weiße Kleidung. Es ist in der Popmusik selbstverständlich, dass der Star bei jeder Form der Inszenierung im Mittelpunkt steht. Abgesehen von der *Paradise EP (Born to Die – The Paradise Edition)* ist bei jedem Cover ein Auto auf dem Plattencover zu sehen. Bei *Born to Die* kann man es fast nicht erkennen und bei *Honeymoon* sitzt sie mit Hut und Sonnenbrille darin. Obwohl die

¹⁵⁴ Vgl. Sommer, „Stars als Mittel der Identitätskonstruktion“, S.122.

¹⁵⁵ Vgl. Jooß-Bernau, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form“, S.306.

¹⁵⁶ Die Plattencovers sind im Anhang abgebildet.

Melancholie und das Traurigsein ein wichtiger Faktor für Lana Del Reys Rolle sind, lächelt sie sogar bei dem Cover für *Lust for Live*, was die leichte Veränderung im Laufe ihrer Karriere aufzeigt. Das Cover für *Paradise* wirkt wie ein Auszug aus ihrem Musikvideo *Blue Jeans*: Sie trägt dasselbe weiße Kleid und posiert vor einem Swimming Pool, welcher im Clip eine wichtige Rolle spielt. Die Cover zeigen Elemente, die für ihre Pose und ihr Image typisch sind: Traurigkeit, Nostalgie, Jugendlichkeit, Verspieltheit und natürlich Autos als Verkörperung des amerikanischen Lifestyles. Die Accessoires Hut, Retro-Sonnenbrille und Blumen im Haar verweisen ebenfalls auf die Nostalgie in ihren Texten und Musikvideos.

„Erst durch die visuelle Ergänzung wird die Stimme besetzbar, erst in den kulturindustriellen Bildermengen bzw. der Kombination aus Bildern und Tönen, Photographien und Phonographien scheint die Zusammengesetztheit der kulturellen Produkte auf – und ich kann mich mit der begehrten Stimme identifizieren, in eins setzen, etwa indem ich dazu übergehe, mir das via TV-Bild bzw. LP-Cover angezeigte Bild im Spiegel anzuschauen.“¹⁵⁷

Einem Artikel des Online-Magazins von NME zufolge gibt es eine Fan-Theorie über das Artwork ihrer Album-Covers, welche Lana Del Rey selbst bestätigt haben soll. Die Fans spekulierten in ihren Theorien darüber, dass die Geschichten der einzelnen Plattencovers zusammenhängen. In jedem der abgebildeten Covers (in diesem Artikel ging es nur um die Studioalben *Born to Die*, *Ultraviolence*, *Honeymoon* und *Lust for Life*) ist ein Auto zu sehen und ihre Gesichtsausdrücke sollen laut den Fan-Theorien die Geschichte ihrer Charakterentwicklung zwischen traurigeren und glücklicheren Zeiten erzählen.¹⁵⁸

„Craig Owens hat in einer Theorie der Pose in der Fotografie wertvolle Anregungen geliefert, wie man generell die Produktion dessen beschreiben kann, was zwar hergestellt und beabsichtigt wird, aber dennoch als kontingent und zufällig, als beiläufig schön und als erwischter, erhaschter Augenblick aufgenommen werden soll.“¹⁵⁹

¹⁵⁷ Diederichsen, Diedrich, *Körpertreffer: Zur Ästhetik der nachpopulären Künste*, Berlin: Suhrkamp, 2017, S.36f.

¹⁵⁸ Vgl. Trendell, Andrew, "Lana Del Rey responds to fan theory of story between all of her album covers", *NME*, 25.07.2017, <http://www.nme.com/news/music/lana-del-rey-confirms-fan-theory-story-album-covers-2116043>, Zugriff: 20.06.2018.

¹⁵⁹ Diederichsen, *Über Popmusik*, S.160.

Craig Owens nähert sich der Pose in seinem Text aus der Sicht der Psychoanalyse, welche sich mit dem Begehren auseinandersetzt, aber den sozialen Ansatz weniger berücksichtigt.¹⁶⁰

Jede Person des öffentlichen Lebens, vor allem Popmusikerinnen und Popmusiker, müssen sich sehr gut überlegen, wie sie sich präsentieren. Selbst die Darstellung des Privatlebens sollte mit der Star-Rolle stimmig sein. Wie wir bemerkt haben, ist dies besonders wichtig für die Beziehung zwischen Stars und ihren Fans. Im folgenden Kapitel wird dieses Verhältnis im Mittelpunkt stehen.

¹⁶⁰ Vgl. Owens, Craig, „Posieren“, in: Wolf, Herta (Hrsg.), unter Mitarbeit von Susanne Holschbach, Jens Schröter, Claire, Zimmer und Thomas Falk, *Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende fotografischen Zeitalters*, Band 2, Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag, 2003, S.94.

4 Fans und die Immersion in das „Star-Universum“

Aus allem, was wir im Laufe dieser Arbeit über Stars erfahren haben, ergibt sich die Notwendigkeit von Fans. Ohne die Beziehung zwischen Popmusikerinnen oder Popmusikern und ihren Fans, gebe es keine Stars. Wenn die Fans die künstlerischen Produktionen ihres Stars konsumieren, tauchen sie in eine andere Welt ein und können so ihrem Alltag entkommen. Aufgrund dieses Eintauchens ist es wichtig in diesem Zusammenhang den Begriff der Immersion zu erklären, um den es in diesem Kapitel auch gehen wird. Fans und Immersion müssen im Kontext mit den Hauptthemen behandelt werden, weil die Zuschauerinnen und Zuschauer sich nur wegen einer bestimmten Pose für den Star interessieren und so in eine andere Welt eintauchen können.

4.1 Die Annahme des Stars durch das Publikum

Laut Wippersberg bekommen Prominente nur durch die Annahme durch das Publikum die massenhafte und anonyme Aufmerksamkeit und deshalb werden sie von mehr Menschen gekannt, als sie selbst kennen können.¹⁶¹ Für Knut Hickethier ist das Verhältnis zum Publikum bestimmend für den Star, denn erst durch die Verbindung von Zuseherinnen und Zusehern und den Darstellerinnen und Darstellern, werde eine Star-Karriere möglich. Obwohl Stars als Kunstfiguren durch die Kulturindustrie erschaffen werden, benötigen sie laut Hickethier die Annahme des Publikums, um tatsächlich zu Stars zu werden. Zwischen den Zuseherinnen und Zusehern und der Darstellerin oder dem Darsteller bilde sich nach Hickethier über das bloße Zeigen und Verkörpern einer Rolle hinaus eine spezielle auratische Beziehung.¹⁶²

Der Star wird für Werner Faulstich durch die Fans gemacht und nicht etwa durch Werbung, Psychologie oder Marketingstrategien. Es handelt sich laut Faulstich dabei um eine wechselseitige Beziehung, denn es gebe

¹⁶¹ Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.249.

¹⁶² Vgl. Hickethier, „Vom Theaterstar zum Filmstar“, S.31.

keinen Star ohne die Fans. Somit sei eine Vielzahl von Bewunderern die Voraussetzung für das Entstehen eines Stars.¹⁶³

„Die Annahme des Prominenten durch das Publikum ist auch gut durch das Spenden von Aufmerksamkeit zu erklären: Die wiederholte Annahme durch das Publikum entspricht dem Akkumulieren von Aufmerksamkeit beim Prominenten.“¹⁶⁴

Für Wippersberg ist die Tatsache wichtig, dass die Annahme einer bekannten Persönlichkeit durch das Publikum kein Zeichen der Zustimmung zu deren Verhalten, Aussagen und Ideologie bedeuten muss. Prominenz sei eine Messung der Bekanntheit und keine Konsensherstellung oder Bewertung über eine öffentliche Person.¹⁶⁵

Die Massenmedien sind neben der zwischenmenschlichen Kommunikation nach Wippersberg ausschlaggebend für die Entstehung von Prominenz. Der Grund dafür sei die Kommunikation, welche im Anschluss an den Medienkonsum geschieht: Die Massenmedien beinhalten massenmedial vermittelte Personen, über die gesprochen wird.¹⁶⁶

Nach der Annahme einer Künstlerin oder eines Künstlers, wird dieser für die Konsumentinnen und Konsumenten zum Star und sie werden zu Fans. Danach entsteht zwischen Fans und ihren Idolen eine Art von Beziehung. Häufig spricht man bei dieser Art von Verhältnis von parasozialen Beziehungen.

4.2 Parasoziale Beziehungen

Parasoziale Beziehungen beschreiben laut Donald Horton und Richard R. Wohl scheinbare Face-to-Face-Beziehungen zwischen Performern und Zuschauern, welche zeitgleich zu gewöhnlichen sozialen Beziehungen

¹⁶³ Faulstich, Werner: *Medienkulturen*. München: Wilhelm Fink Verlag, 2000.

¹⁶⁴ Wippersberg, „Prominenz“, S.251.

¹⁶⁵ Vgl. Ebd., S.253.

¹⁶⁶ Vgl. Ebd., S.258.

geführt werden.¹⁶⁷ Den Medien wird von den beiden Autoren eine absichtliche Manipulation zugeschrieben, welche die Vorstellung einer gegenseitigen persönlichen Beziehung als Ziel hat. Die Unpersönlichkeit, die mit den Medien einhergeht, werde dadurch in den Hintergrund gedrängt und gleichzeitig die Bindung der Zuseherinnen und Zuseher an die Performer intensiviert.¹⁶⁸

Heinz Bonfadelli und Thomas Friemel zufolge sind Prominente klassische Partner in parasozialen Beziehungen. Das Konzept der parasozialen Beziehung basiere auf einem Vergleich der Fernseh-Interaktion mit der gewöhnlichen, direkten zwischenmenschlichen Kommunikation. Fernsehen erwecke daraus folgend beim Publikum das Gefühl der Realität als Illusion der persönlichen Nähe und Intimität.¹⁶⁹

Laut Keller sind parasoziale Beziehungen und Interaktionen immer auch mit parasozialen Bezugnahmen verbunden. Bei allen parasozialen Kommunikationshandlungen müsse es zumindest eine gedankliche Auseinandersetzung mit dem Konzept eines Stars geben. Dadurch gibt es Keller zufolge eine Bezugnahme auf den Star, welche grundlegend für verschiedene Arten von parasozialer Interaktion ist.¹⁷⁰

„Der Star-Nutzer dynamisiert sein Selbst-Konzept unter anderem in seinen parasozialen Relationierungen mit dem Star als personifiziertem Selbst-Ideal wie Selbst-Mahnmal und positioniert sein Selbst so im Verhältnis zu medial präsentierten personifizierten Kultur-Anwendungs-Modellen. Parasoziale Bezugnahmen und Beziehungen, gleich welcher Bewertung, bilden somit in Mediengesellschaften einen normalen identitätskonstruktiven Mechanismus, dessen Pathologisierung in negativ klischeehaften Fan-Beschreibungen hier bereits mehrfach beanstandet wurde.“¹⁷¹

¹⁶⁷ Vgl. Horton, Donald; Wohl, Richard R., „Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. Beobachtungen zu Intimität über Distanz“, in: Adelman, Ralf (Hg.), *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft: Theorie - Geschichte – Analyse*, Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft, 2002, S.74.

¹⁶⁸ Vgl. Horton, Wohl, „Massenkommunikation und parasoziale Interaktion“, S.85.

¹⁶⁹ Vgl. Bonfadelli, Heinz; Friemel, Thomas N.: *Medienwirkungsforschung*. 6. Aufl. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2017, S.117.

¹⁷⁰ Vgl. Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.157.

¹⁷¹ Ebd., S.183.

Für Keller handelt es sich bei positiven parasozialen Beziehungen zu Stars um eine personalisierte Form des selbstbezogenen Transzendierens. Der Star erhält Keller zufolge die Funktion des transzendenten Hoffnungsträgers und bleibt somit ein Teil der subjektabhängig erschaffenen Außerweltlichkeit.¹⁷² Keller bezeichnet Starkult als sich wiederholende, affektiv und moralisch aufgeladene Bezugnahmen von Medien-Nutzerinnen und -Nutzern auf Stars. Die identitätskonstruktiven Funktionalisierungen und affektiven Besetzungen und Bewertungen von Konsumentinnen und Konsumenten seien charakteristisch für einen Star.¹⁷³

Faulstich ist ebenfalls der Ansicht, dass der Star zur Etablierung von Transzendenz dient. Er deute auf eine ewige Zukunft und lenke deshalb von der Dringlichkeit ab, sich im Jetzt mit sich selbst ernsthaft auseinanderzusetzen. Obwohl es durch die digitalen Medien eine kontinuierliche Erweiterung der kulturellen und sozialen Erlebnisräume gibt, bleibt das große Interesse der Menschen für das Virtuelle, das Pseudoreale und die Simulation erhalten.¹⁷⁴

Das Publikum liebt laut Wippersberg die Vorstellung von Prominenten. Die Verehrung basiere auf dem Verlangen nach Nähe und dem gleichzeitigem Wissen um die Unerreichbarkeit des Stars. Die Verehrung würde nach Wippersberg nachlassen, sobald der Prominente keine Möglichkeit mehr für Idealisierung, Spekulation und Neugier biete.¹⁷⁵

„Keine besondere Überraschung stellt hier die Feststellung dar, dass die konkrete Inszenierung immer auf das jeweilige Publikum zugeschnitten sein muss, um auch richtig anzukommen. [...] Der jeweilige Publikumsgeschmack bzw. die Erwartungen des Publikums an einen bestimmten Prominenten müssen vorweggenommen werden, um Inszenierung erfolgreich betreiben zu können.“¹⁷⁶

Damit parasoziale Beziehungen überhaupt erst entstehen und funktionieren können, müssen die Erwartungen, welche die Fans an ihre

¹⁷² Vgl. Ebd., S.190.

¹⁷³ Vgl. Ebd., S.191.

¹⁷⁴ Vgl. Faulstich, *Medienkulturen*, S.208.

¹⁷⁵ Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.221f.

¹⁷⁶ Ebd., S.209.

Stars haben, auch von diesen erfüllt werden. Bei parasozialen Beziehungen geht es häufig um Identitätssuche: Die prominente Person, welche bewundert wird, ist die Verkörperung eines Idealbildes, dem man selbst entsprechen möchte. Eine andere Möglichkeit ist, dass man gerne Freunde hätte, die dem Popstar ähneln. Dies ist oft bei Jugendlichen der Fall. Eine parasoziale Beziehung ist die Illusion einer Freundschaft mit einer fiktiven Person. Die Fans erschaffen sich gedanklich eine eigene Welt, in der sie mit dem Star befreundet sind. Eine große Rolle spielt in diesem Zusammenhang auch die Identifizierung mit dem Popstar. Das Bild, welches von der öffentlichen Person dargestellt wird, entspricht dem Geschmack der Konsumentin oder des Konsumenten und die Themen berühren sie oder ihn. Auf diese Weise kann Identifizierung entstehen, wie im nächsten Unterpunkt gezeigt wird.

4.3 Identifizierung mit dem Idol

Die Rezipientinnen und Rezipienten wollen sich laut Hickethier mit den Stars identifizieren und sich selbst erkennen. Nach ihm verkörpern Stars immer schon die Mentalität einer Epoche und den Zeitgeist einer historischen Phase. Sie verleihen für Hickethier dadurch dem Lebensgefühl und den geheimen Wünschen und Sehnsüchten des Publikums Ausdruck.¹⁷⁷

„Der Rezipient identifiziert sich mit dem Prominenten im Fernsehen, indem er denkt, fühlt oder sich verhält, als ob die jeweiligen Charakteristika des Prominenten seine eigenen wären. Identifikation findet vor allem dann statt, wenn das Identifikationsvorbild Bedürfnisse und Wünsche des Rezipienten stellvertretend zu befriedigen vermag.“¹⁷⁸

Laut Jooß-Bernau dient Pop als Vorlage für Lebensentwürfe und offenbart kaum biographische Details über die Künstlerinnen und Künstler. Diese Entwürfe seien im Idealfall exemplarisch. Es werde eine Projektionsfläche erzeugt, auf welche die Nutzerinnen und Nutzer ihren eigenen Lebenswurf

¹⁷⁷ Hickethier, Knut: „Das Kino und die Grenzen der Aufmerksamkeitsökonomie“, in: Bleicher, Joan K.; Hickethier, Knut (Hrsg.), *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*. Münster: LIT Verlag, 2002, S.157.

¹⁷⁸ Wippersberg, „Prominenz“, S.267.

übertragen können. Jooß-Bernau zufolge fühlen sich diese daraufhin beim Betrachten des eigenen, auf die Popmusik projizierten Lebensentwurfes, direkt von der Musikerin oder dem Musiker angesprochen.¹⁷⁹ Nach Wippersberg lassen Prominente für die Rezipientinnen und Rezipienten eine Menge an Lesarten zu und alle Zuseherinnen und Zuseher holen sich beim Rezipieren von Prominenten das, was sie in ihrem sozialen Kontext benötigen oder wünschen.¹⁸⁰

Obwohl sich die Konsumentinnen und Konsumenten der Manipulation der Massenmedien bewusst sind und die Inszenierung der Prominenten wahrnehmen, wollen sie laut Harald Wenzel weiterhin ihr Leben in der Öffentlichkeit verfolgen. Das Publikum sei nicht naiv und passiv, sondern nehme aktiv an den virtuellen Inhalten der Medien teil.¹⁸¹

„Das Idol einer Gruppe zieht das größte Maß an sozialer Attraktion auf sich, dient den einzelnen als Idealbild. Es werden große Erwartungen an es gerichtet, es wird ihm aber auch mehr Freiheit zugestanden. Das Geheimnis, welches das Idol notwendigerweise haben muß, rechtfertigt dabei den sonst schwer erträglichen Sonderstatus. Die Vorstellung, daß dieser Mensch nicht einer wie wir alle ist, der Glück gehabt hat, entlastet in selbstwertdienlicher Weise. Stützend wirkt hier auch, daß das Idol in aller Regel auf tradierten Mythen (jugendlicher Rebell, Verführerin, heroenhafter Retter) aufbaut, als deren zeit- und kulturspezifische Reinkarnation erscheint.“¹⁸²

Laut Sommer identifizieren sich Fans mit ihren Idolen aufgrund der dialektischen Spannung zwischen Vertrautheit und Distanz. Diese Identifizierung werde ihm zufolge erzeugt durch die Vertrautheit mit den Werten, die das Idol verkörpert.¹⁸³ Für Sommer dienen Stars als Symbole für die Werte einer bestimmten Gruppierung. Die Identifizierung mit ihnen sei sowohl für die Identität von sozialen Gruppen, als auch für die

¹⁷⁹ Vgl. Jooß-Bernau, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form“, S.86.

¹⁸⁰ Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.144.

¹⁸¹ Vgl. Wenzel, Harald, „Obertanen. Zur soziologischen Bedeutung von Prominenz“, in: Leviathan. 28. Jahrgang, Nr. 4. 2000, S.472.

¹⁸² Sommer, „Stars als Mittel der Identitätskonstruktion“, S.117f.

¹⁸³ Vgl. Ebd., S.118.

Verkörperung eines Wertewandels von Bedeutung und ist nach Sommer keinesfalls überflüssig.¹⁸⁴

Laut Faulstich erhält der Star entwicklungspsychologische Bedeutung, da er für den Fan als scheinbar erreichbares Idol dient. Für Jugendliche sei er ein Identifikationsobjekt und eine wichtige Figur im Prozess der Selbstfindung und des Erwachsenwerdens.¹⁸⁵

4.4 Bedürfniserfüllung und Transzendenz

Wippersberg geht davon aus, dass das Publikum nur Individuen als prominent ansieht, die für es in irgendeiner Weise nützlich sind. Denn Prominente erfüllen laut Wippersberg bestimmte Erwartungen und Bedürfnisse der Medienkonsumentinnen und -konsumenten. Aufgrund dessen werden Prominente vom Publikum angenommen. Die Erwartungen können nach Wippersberg sehr verschieden sein und unterscheiden sich je nach Star und Publikum. Für Wippersberg ist es notwendig, die Funktionen zu diskutieren, welche bekannte Personen für die Medienkonsumentinnen und -konsumenten erfüllen. Denn hier werden ihr zufolge die Erwartungen aufgezeigt, welche das Publikum an die Prominenten hat.¹⁸⁶

Nach der Ansicht von Hickethier sind nicht Stars an sich interessant, sondern die Emotionen, welche sie bei ihrem Publikum hervorbringen.¹⁸⁷ Laut Wippersberg sind die Funktionen, die Prominente für das Publikum haben vor allem ein Bedürfnis nach Information, also Orientierung in der Umwelt, die Suche nach Rat, Neugier, Lernen und ein Gefühl der Sicherheit durch Wissen. Prominente werden oft als Vorbilder, vertrauenswürdige Personen und Meinungsvorgeber angesehen.¹⁸⁸ Beim

¹⁸⁴ Vgl. Ebd., S.123.

¹⁸⁵ Vgl. Faulstich, „Von Elvis Presley bis Michael Jackson“, S.165.

¹⁸⁶ Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.263.

¹⁸⁷ Vgl. Hickethier, Knut: „Vom Theaterstar zum Filmstar. Merkmale des Starwesens um die Wende vom neunzehnten zum zwanzigsten Jahrhundert“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.36f.

¹⁸⁸ Vgl. Wippersberg, „Prominenz“, S.265.

Vermitteln von Werten und Lebensstilen sind Stars laut Wippersberg beliebte Vorbilder und sie geht davon aus, dass diese einen Einfluss auf die Menschen haben.¹⁸⁹

Nach Wippersberg sind persönliche Identität, Bestärkung persönlicher Werte, Suche nach Verhaltensmodellen, Identifikation mit anderen, Selbstfindung¹⁹⁰, Integration und sozialer Integration wie beispielweise Zugehörigkeitsgefühl, Gesprächsstoff, Partnerersatz, Rollenmodell oder Kontaktsuche¹⁹¹ wichtige Bedürfnisse, die Konsumentinnen und Konsumenten an Stars und Prominente haben. Sie nennt außerdem noch das Bedürfnis nach Unterhaltung, Wirklichkeitsflucht, Ablenkung, Entspannung, kulturelle und ästhetische Erbauung, Zeitfüller, emotionaler Belastung und sexuelle Stimulation.¹⁹² Die Autorin betont auch, wie wichtig das ästhetische Interesse am äußeren Erscheinungsbild des Stars oder Prominenten ist. Dieses ist entweder angenehm und attraktiv und entspricht damit einem von der Gesellschaft vorgegebenen üblichen Schönheitsideal oder genau dem Gegenteil davon.¹⁹³

Eskapismus bezeichnet nach Bonfadelli und Friemel bestimmte Phänomene des Alltagsrückzugs und seinen Problemen, der Abschwächung von gesellschaftlicher Teilhabe, der fehlenden Auseinandersetzung oder die Verdrängung der eigenen Probleme und Versuche, die Zuwendung zur Massenkommunikation zu erklären. Laut Bonfadelli und Friemel können eskapistische Motive aber auch positive Elemente bei der Mediennutzung aufweisen.¹⁹⁴

„Der Star ist nicht nur das Produkt individuellen, sondern auch kollektiven Begehrens. Das heißt, Stars sind zeitspezifische Indikatoren für gesellschaftliche Umstände, sie lassen sich nach Schichtenpräferenzen und Geschlechts- und Altersspezifik, nach bestimmten demographischen

¹⁸⁹ Vgl. Ebd., S.266.

¹⁹⁰ Vgl. Ebd.

¹⁹¹ Vgl. Ebd., S.269.

¹⁹² Vgl. Ebd., S.271.

¹⁹³ Vgl. Ebd.

¹⁹⁴ Vgl. Bonfadelli; Friemel: *Medienwirkungsforschung*, S.85f.

Merkmale wie Status und Bildungsgrad oder Wohnortsituierung (Stadt/Land) rubrizieren.“¹⁹⁵

Faulstich zufolge hat ein Star bestimmte Funktionen für spezielle Abschnitte in der individuellen Lebensgeschichte und ist eine autobiographische Größe.¹⁹⁶ Bereits im ersten Kapitel wurden anhand des Textes von Diederichsen die Funktionen, welche der Star für seine Fans hat untersucht. Der Star nimmt einen bedeutenden Teil der Lebenswirklichkeit seiner Konsumentinnen und Konsumenten ein, denn diese beschäftigen sich ausführlich mit ihm oder ihr.

„Der Star steht für mehr als nur für Wunscherfüllung und Kompensation. Vielmehr repräsentiert und performiert der Star jenen Teil unserer Träume, der stets Traum bleiben will – der zweite und eigentliche Grund für seinen ubiquitären Charakter. Wir wollen das Image und nicht die Wirklichkeit, vielleicht weil sonst die unbequeme Konsequenz realen Handelns unausweichlich wäre. Wir wollen lieber das Bild als das, was ihm zugrunde liegt. Nur deshalb kann der Star auf Dauer Sympathieträger für die Werbung bleiben. Der Star ist die Verkörperung unserer Sehnsüchte als erfüllte – aber nur im Kopf.“¹⁹⁷

Für Keller bedeuten Star-Beobachtungen immer, dass ein Individuum Entwürfe eines Stars wahrnimmt und für sich in bereits vorhandene gedankliche Strukturen einordnet und bewertet.¹⁹⁸ Starkult gelte vordergründig als zeitlich befristete Entwicklungsphase und Phänomen der Adoleszenz. Nach Keller wird in den meisten Fällen angenommen, dass die gereifte Person spätestens mit Beginn des Erwerbslebens, wenn kein Raum mehr für diese Art von Enthusiasmus vorhanden ist, diese Phase hinter sich lässt.¹⁹⁹

„Identität konturiert sich immer in Kultur bzw. als Anwendung von Kulturprogrammen. Aktanten handeln stets selektiv, wählen also bewusst wie unbewusst aus einem Überangebot an Möglichkeiten aus und invisibilisieren so in konkreten Unterscheidungsprozessen universale Kontingenz zu Gunsten eines bearbeitbaren spezifischen Kontingenz-Pensums.“²⁰⁰

¹⁹⁵ Faulstich, S.203.

¹⁹⁶ Vgl. Faulstich, *Medienkulturen*, S.203.

¹⁹⁷ Ebd., S.207f.

¹⁹⁸ Vgl. Keller, „Der Star und seine Nutzer“, S.17.

¹⁹⁹ Vgl. Ebd., S.18.

²⁰⁰ Ebd., S.107.

Auffallend ist laut Diederichsen, dass ein von der Kulturindustrie aktiviertes Publikum eng an die angebotene Vielfalt von Produkten gebunden wird. Der Fan sei ein besserer Kunde, als der passive und durchschnittliche Verehrer.²⁰¹

4.5 Der Begriff der Immersion

Laut Robin Curtis wird der Begriff Immersion auf viele verschiedene Arten genutzt, um den Vorgang des Eintauchens oder einen Zustand des Versunkenseins zu beschreiben. Das Wort wird auch verwendet, um einen veränderten Zustand des Objekts als Folge des Eintauchens zu benennen. Immersion wird nach Curtis heutzutage in der Film- und Medienwissenschaft meist als Synonym für eine Illudierungserfahrung eingesetzt. Es gebe technische Apparate, mithilfe derer man diese Erfahrungen machen könne, welche Zugang zu körperexternen Sinneserfahrungen und zu nur virtuell existenten oder weit entfernten Welten bieten. Diese werden durch die Apparate ermöglicht. Laut Curtis wurde das Wort erst im neuen Anwendungsgebiet der Präsenzforschung mit den technischen Voraussetzungen immersiver Erfahrung in Kontext gesetzt.²⁰²

„Die Umwidmung des Begriffs ‚Immersion‘ hin zu einer Fokussierung auf apparative Aspekte der Immersionserfahrung kam vor allem in Verbindung mit zwei Modellen in Gebrauch, die sich zunächst als hypothetische Projektionen in die Zukunft der Technik verstanden, nämlich die Telepräsenz und die *virtual reality*.“²⁰³

Curtis versteht Immersion eher als Ergebnis komplexer Rahmenbedingungen der Rezeption, welche die Auseinandersetzung mit textlichen Eigenschaften, Strukturen der Wahrnehmung und den Leerstellen dazwischen voraussetzen.²⁰⁴

²⁰¹ Diederichsen, *Körpertreffer*, S.30f.

²⁰² Vgl. Curtis, Robin, „Immersion und Einfühlung. Zwischen Repräsentationalität und Materialität bewegter Bilder“, in: *montage/av*, 17/2, 2008, S.89f.

²⁰³ Curtis, „Immersion und Einfühlung“, S.90.

²⁰⁴ Vgl. Ebd., S.92.

Christiane Voss beschäftigt sich in ihrem Text „Fiktionale Immersion“²⁰⁵ mit Immersion in einem fiktionalen Gebilde. Das bedeutet ihr zufolge, dass man so sehr in ein Filmgeschehen eintaucht, dass man beinahe seine gesamte Aufmerksamkeit darauf lenkt.²⁰⁶ Voss untersucht drei Ästhetikansätze, welche verschiedenen Traditionen entstammen, mit Augenmerk auf den Realitätseindruck ästhetischer Gebilde, die Voss im Hinblick auf den Schwerpunkt der Immersion betrachtet.²⁰⁷

„Diese aktuell sich vollziehende Absorption in ein fiktionales Geschehen führt eine unhinterfragte Akzeptanz der greifbaren Gegenwart dieses Geschehens mit sich und gleicht so die Distanz erzeugenden Fiktionsmarkierungen des filmischen ‚Als-ob‘ auf der Erlebnisebene aus. Man weiß, dass es ‚nur‘ ein Film ist, und erfährt zugleich immersiv den Gang der Ereignisse hautnah mit.“²⁰⁸

Matthias Hofer und Werner Wirth gehen im Zusammenhang mit Immersion auf den Begriff des Präsenzerlebens ein. Die Rezeption werde dabei subjektiv als so überwältigend erlebt, dass das Bewusstsein ihrer Vermittlung in den Hintergrund tritt.²⁰⁹

„Weil die Dinge nicht nur intentional, sondern auch kausal auf uns einwirken, erfassen wir sie als reale. Die filmimmanente, indexikalische Basis ist aber gerade nicht identisch mit der unserer physikalischen Lebenswelt, auch wenn die fiktionalen Zeichen und Bilder ihrer materiellen Genese nach sehr wohl in kausalen Relationen dazu stehen.“²¹⁰

Nach der Ansicht von Voss gibt es keinen neutralen Blickpunkt, von welchem man sich mit ästhetischen Inhalten beschäftigen könne und dies muss in einer theoretischen Beschreibung von fiktionaler Immersion beachtet werden. Verschiedene Faktoren seien ein Teil unserer Immersionen: Narrative Vorwegnahmen und Rückblicke, intertextuelle Bezüge, die emotionale Anteilnahme an den Figuren und Konflikten, körperliche und die Stimmung betreffende Reaktionen auf die Art und

²⁰⁵ Voss, Christiane, „Fiktionale Immersion“, in: montage/av 17/2, 2008, S.69-86.

²⁰⁶ Vgl. Voss, „Fiktionale Immersion“, S.69.

²⁰⁷ Vgl. Ebd., S.71.

²⁰⁸ Ebd., S.71.

²⁰⁹ Vgl. Hofer, Matthias; Wirth, Werner, „Präsenzerleben. Eine medienpsychologische Modellierung“, in: montage/av 17/2, 2008, S.159f.

²¹⁰ Voss, „Fiktionale Immersion“, S.77.

Weise, wie ein Inhalt ästhetisch dargestellt wird.²¹¹ Der evidente Realitätseindruck entsteht laut Voss aus einer Mischung von kognitiven, affektiven und synästhetischen Reaktionen während der Aufnahme eines multimedialen Filmgeschehens.²¹²

„Der Anteil des Imaginären zeigt den Ort sowie die Beschaffenheit dessen an, was in der Rezeption zu filmischer Realität verarbeitet wird. Es bezeichnet den im Zwischenraum zwischen Leinwand oder Bildschirm und Rezipienten stattfindenden leiblichen Austausch, der zu jenen filmischen Gestaltbildungen führt, die sich aus den Vorgaben des Films und den projektiven Einbringungen des Zuschauers als Imaginäres ergeben.[...] Was im Kontext der fiktionalen Immersion mit Film an kausalen Verbindungen eine nicht nur produktionstechnisch gegebene, sondern qualitativ-ästhetisch bestimmende Rolle spielt, sind eben jene verkörpernden Transformationen, die durch den multiimmersiven Einsatz des Rezipienten in somatischer und imaginativer Hinsicht dem Gezeigten Realität verleihen.“²¹³

Für Curtis spielt vor allem die Raumwahrnehmung eine wichtige Rolle, da er überzeugt ist, dass die Präsenz und Involvierung bei der Filmrezeption auf der einen Seite durch die Plastizität und Greifbarkeit sowie auf der anderen Seite durch die Fähigkeit der Deplatzierung der filmischen Erfahrung ermöglicht werde. Den Zuschauerinnen oder Zuschauern werde vom Film ein Platz zugewiesen, indem sie in ihrer Körperlichkeit in einem Ausmaß adressiert werden, in welchem sie auf die Parameter dieses Raums reagieren.²¹⁴

Der filmische Raum ist laut Curtis kein einfacher Behälter, in dem sich Objekte befinden oder sich Handlungen abspielen, welche abgebildet werden und er könne nicht als Abbild realer und architektonischer Räume bezeichnet werden. Er müsse als eine sich ständig im Fluss befindende relationale Anordnung betrachtet werden.²¹⁵ Die Kombinationsleistungen und –Effekte, welche durch die Konfrontation der Multimodalität der Wahrnehmung mit einem ästhetischen Gegenstand entstehen und ästhetische Einfühlungseffekte seien die zwei Faktoren, durch die

²¹¹ Vgl. Ebd., S.79.

²¹² Vgl. Ebd., S.82.

²¹³ Ebd., S.83.

²¹⁴ Vgl. Curtis, „Immersion und Einfühlung“, S.95.

²¹⁵ Vgl. Ebd., S.96.

filmische Immersion grundsätzlich entsteht und diese beiden müssen im Einklang miteinander sein.²¹⁶

„Vielmehr ist Immersion als ästhetischer Effekt zu beschreiben, der gerade durch die Verlebendigungsimpulse der Einfühlung zu vielfältigen Möglichkeiten der Involvierung Anlass gibt – und das auch jenseits einer naturalistischen Abbildstrategie. Es liegt sogar nahe zu denken, dass Immersion und Einfühlung so sinnverwandt sind, dass sie als synonym betrachtet werden können.“²¹⁷

Die Gründe für die Immersionseffekte sind laut Curtis nicht nur die Multimodalität der Wahrnehmung und die damit einhergehende körperliche Beteiligung. Die Immersion hänge gleichzeitig mit einer Übertragung des Selbst zusammen, welche dann die Erfahrung eines entkörperlichten Daseins ermöglichen könne.²¹⁸

„Durch eine Fusion des zeitgenössischen Begriffs der Immersion mit dem historischen Begriff der Einfühlung ist es darstellbar, warum auch die abstrakte Bewegung eine so mitreißende somatische sowohl wie emotionale Involvierung des Zuschauers jenseits des ‚representational realism‘ bewirken kann. Doch dessen körperliche Beteiligung am Film wird nicht allein durch die Erfahrung der Geschwindigkeit ermöglicht. Das Eintauchen, das Versunkensein und die Deplatzierung, die in der Immersionserfahrung vollzogen werden, können durch kontemplativere Rezeptionshaltungen entstehen.“²¹⁹

Der englische Begriff der presence, welcher im Zusammenhang mit Immersion betrachtet werden kann, ist laut Hofer und Wirth aus medienpsychologischer Sicht eine Art, wie eine Rezeptionssituation erlebt werden kann. Es gehe grundsätzlich um den Eindruck, dass man sich in einer mediatisierten statt in der realen Welt befindet. Die medienpsychologische Forschungslogik geht nach Hofer und Wirth nicht davon aus, dass bestimmte Medieninhalte Präsenzerleben auslösen, aber Medienangebote seien in der Lage optimale Voraussetzungen dafür zu haben. Als immersiv werden laut Hofer und Wirth Medien bezeichnet, die mit vielen das Präsenzerleben unterstützenden Eigenschaften behaftet

²¹⁶ Vgl. Ebd., S.97.

²¹⁷ Ebd., S.97.

²¹⁸ Vgl. Ebd., S.98.

²¹⁹ Ebd., S.101.

sind und diese haben daraus folgend auch ein hohes Immersionspotenzial.²²⁰

4.6 Die Live-Performance bei Lana Del Rey

Wie man im ersten Kapitel beim Ausgangstext schon bemerkt hat, sagt die Live-Performance beim Konzert einer Pop-Musikerin oder eines Pop-Musikers sehr viel über seine Pose aus. Für die Beziehung zwischen den Fans und ihrem Star ist der Live-Auftritt von besonderer Bedeutung. Es ist der Moment, an dem diese beiden Parteien aufeinandertreffen und bei dem die Fans den Eindruck bekommen, dass sie ihr Idol hautnah erleben können. Das Konzert ist ein Erlebnis der Immersion, da die Zuschauerinnen und Zuschauer in die inszenierte Welt ihrer Lieblingskünstlerinnen oder -künstler eintauchen können.

„‘Aufführung‘ meint ein strukturiertes Programm von Aktivitäten, das zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort von einer Gruppe von Akteuren vor einer Gruppe von Zuschauern durch- bzw. vorgeführt wird. Bei einer Aufführung kann es sich folglich um Rituale, Zeremonien, Feste, Spiele, Sportwettkämpfe, politische Veranstaltungen, Zirkusvorführungen, Striptease Shows, Konzerte, Opern-, Tanz-, Schauspielaufführungen, künstlerische Performances u.a. handeln. Aufführungen sind immer performativ, insofern mit dem Begriff des Performativen der Vollzug von Handlungen, die Selbstreferentialität der Handlungen und ihr wirklichkeitskonstituierender Charakter gemeint sind. Aufführungen sind immer Ereignisse, insofern sie einmalig und unwiederholbar sind.“²²¹

Vor dem Aufkommen des Musikfernsehens, hörte das Publikum zuerst die Aufnahmen einer Musikerin oder eines Musikers, bevor es sie oder ihn bei einem Konzert sehen konnte. Es gab abgesehen von den Plattencovern kaum Bildmaterial der Musikkünstlerinnen und -künstler. Erst beim Konzertbesuch wurden für die Besucherinnen und Besucher das Erscheinungsbild und die Stimme zusammengeführt. In diesem Moment mussten die Zuseherinnen und Zuseher Jooß-Bernau zufolge den Körper

²²⁰ Vgl. Hofer, Wirth, „Präsenzerleben“, S.161.

²²¹ Fischer-Lichte, Erika, „Performativität und Ereignis“, in: Fischer-Lichte, Erika; Horn, Christian; Umathum, Sandra; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Performativität und Ereignis*, Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2003, S.15.

und die Stimme in Verhältnis setzen und die Vorstellung, die es von der Stimme gibt mit dem Bild des Körpers in Verbindung bringen.²²²

Laut Fischer-Lichte erschaffen Laute immer gleichzeitig auch einen Raum und Körperlichkeit wird durch die Stimme hervorgebracht.²²³ Fischer-Lichte zufolge strahlen Sängerinnen und Sänger eine besondere Kraft aus, welche durch die Stimme im Raum verbreitet wird und die Zuhörerinnen und Zuhörer mitreißt.²²⁴

Nach Jooß-Bernau können Schauspielerinnen und Schauspieler durch Mimik, Gestik und Proxemik ihre Rolle dem Publikum vermitteln. Feine Übergangsbereiche seien in Mimik und Gestik zu finden, weil es nicht kontrollierbare Äußerungen wie beispielweise Augenzwinkern gebe, welche nichts mit der Figur, die gespielt wird zu tun hat.²²⁵

„Gesten lassen sich von verschiedenen Standpunkten aus betrachten: Sie lassen sich in der Psychologie als Teil des Ausdrucksgeschehens, im kommunikativen Prozess aber auch als Zeichen behandeln. So sind sie einerseits der Ausdruckskunde, andererseits der Informationstheorie zugeordnet. Die wissenschaftliche Sprachregelung innerhalb der Ausdruckskunde lautet: Der Zugangsmodus kann entweder phänographisch, sematologisch (Gestus ist Zeichen) oder funktional-sematologisch (Zeichen als Funktionsträger für etwas) sein.“²²⁶

Laut Jooß-Bernau muss zwischen Gesten, die einen praktischen Zweck haben und denen, die der Kommunikation dienen, unterschieden werden. Das Spielen eines Instruments beispielweise, sei eine praktische Geste und die Kontaktaufnahme mit den Bandkolleginnen und -kollegen oder dem Publikum, sei eine Geste der Kommunikation. Selbstverständlich können sich diese Arten der Gesten ihm zufolge auch vermischen.²²⁷

Nach Jooß-Bernau haben sich seit Beginn der Popmusik bestimmte semantische Codes entwickelt, welche von den Zuseherinnen und

²²² Vgl. Jooß-Bernau, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form“, S.77f.

²²³ Vgl. Fischer-Lichte, *Ästhetik des Performativen*, S.219.

²²⁴ Vgl. Ebd., S.223.

²²⁵ Vgl. Ebd., S.83.

²²⁶ Fricke, Jobst P., „Gestik im Spannungsfeld zwischen Ausdrucksbewegung und Darstellungserfolg“, in: Bert Siegmund (Hrsg.), *Gestik und Affekt in der Musik des 17. Und 18. Jahrhunderts*. XXVIII. Internationale wissenschaftliche Arbeitstagung Michaelstein, 19. Bis 21. Mai 2000, Dössel: 2003, S.185.

²²⁷ Vgl. Jooß-Bernau, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form“, S.92.

Zusehern auch verstanden werden. Es gebe bestimmte Zitate und Neuschöpfungen, welche sich beobachten lassen. Dies könne zum Beispiel eine spezifische Art, wie gesungen oder wie ein Instrument gespielt wird, welche mit einer bestimmten Musikerin oder Musiker assoziiert wird.“²²⁸

Roy Shuker zufolge gibt es eine Übereinstimmung des ästhetischen Konzepts einer Musikrichtung und der Reaktion der Konzertbesucherinnen und -besucher. Nach ihm ist die Stimmung bei klassischer Musik intellektuell-emotional, bei der Rockmusik hingegen ist sie physisch-emotional. Dies könne erklären, warum das Publikum eines klassischen Konzerts sich nur am Ende des Auftritts durch Klatschen körperlich beteilige, aber bei den Zuseherinnen und Zusehern eines Rock-Konzerts sich die verschiedensten körperlichen Ausdrucksweisen äußern.²²⁹

„In den Momenten der musikalischen Zusammenkunft wird die Gemeinschaft des Publikums unter Einbeziehung der Musiker oft rituell gefeiert. Ein immer wiederkehrendes Motiv in Pop-Konzerten ist die Übernahme einer bekannten Gesangsmelodie durch das Publikum. Dies kann sowohl im Weitersingen eines Refrains bestehen, nachdem die Musiker das Stück schon beendet haben, oder, innerhalb eines Songs, in einem Soloteil des Publikums, der von den Bühnenmusikern nur dezent oder gar nicht begleitet wird. Anschließend wird meist mit dem regulären Ablauf des Songs fortgefahren. Das Verhältnis von Distanz und Nähe ist aber wohl das auffälligste Moment innerhalb eines Pop-Konzertes.“²³⁰

Für Fischer-Lichte ist das Besondere an der Präsenz, dass der Performer eine Energie erschafft, welche sich für das Publikum merklich im Raum verteilt und Gefühle auslöst. Dadurch werden auch die Zuseherinnen und Zuseher dazu verleitet, ihre eigene Energie zu erzeugen. Es entsteht laut Fischer-Lichte eine Kraftquelle zwischen Darsteller und Publikum.²³¹

Laut Jooß-Bernau ist die Motivation in ein Konzert zu gehen häufig sozial begründet und üblicherweise werden diese auch im Kollektiv besucht. Die verschiedenen Gruppen, welche sich am Ort des Konzerts befinden haben

²²⁸ Vgl. Ebd., S.94.

²²⁹ Shuker, Roy, *Understanding popular music*, London: Routledge, 1997, S.206.

²³⁰ Jooß-Bernau, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form“, S.105.

²³¹ Vgl. Fischer-Lichte, *Ästhetik des Performativen*, S.169.

Jooß-Bernau zufolge einen Einfluss auf die Kommunikation innerhalb der Zuschauermenge.²³²

Nach Laux, Spielhagen und Renner versuchen Personen durch die Vermittlung bestimmter Selbstbilder, die Eindrücke zu lenken, welche die Kommunikationspartnerinnen und -partner über sie bilden und eine gewisse Kontrolle über die Reaktionen von Beteiligten zu gewinnen. Die Selbstdarstellung beeinflusst jedoch auch, wie sich eine Person selbst betrachtet. Die Autoren sprechen deshalb von performativen Handlungen oder Akten, um ein Verhalten, welches sich auf die Selbstdarstellung bezieht und die damit einhergehenden Wirkungen auf andere und das eigene Selbstbild genauer zu beschreiben.²³³

Bei Lana Del Rey ist die Visualisierung von Schwäche von der Diederichsen im Ausgangstext spricht, von großer Bedeutung, da Nachdenklichkeit, Traurigkeit und Zerbrechlichkeit Teil ihrer Rolle sind.

Während einem ihrer Konzerte²³⁴ der *LA to the Moon Tour*, setzt sich Lana Del Rey auf eine Schaukel, die sich auf der Bühne befindet: „I got a little jealous at the girls swinging, should we do video games?“ (00'06") sagt sie zu ihren kreischenden Fans, bevor sie beginnt ihr Lied *Video Games* zu singen. Diese Aussage betont ihre wiederkehrende Verspieltheit. Das Video wurde offensichtlich von einem Fan aufgenommen, der bei dem Konzert am 5. Jänner 2018 in Minneapolis anwesend war. Wie so oft schon zuvor trägt Lana Del Rey ein kurzes weißes Kleid mit hohen Ankle-Boots und glitzernde Haarspangen. Das Outfit passt zu ihrer jugendlichen und verspielten Rolle, welche sie hier wieder verkörpert. Während sie das Lied singt, gestikuliert sie mit ihren Händen, ähnlich wie in ihren Musikvideos. Sie hält ihr Mikrofon in Richtung des Publikums, um es mitsingen zu lassen (01'16"). Die Sängerin nimmt auch immer wieder Augenkontakt mit den Zuseherinnen und Zusehern auf

²³² Vgl. Ebd., S.107.

²³³ Vgl. Laux, Spielhagen, Renner, „Persönlichkeitseigenschaften als Selbstdarstellungsprodukte“, S.245f.

²³⁴ Konzert-Mitschnitt aus Minneapolis, Zugriff: 30.06.2018, <https://www.youtube.com/watch?v=ZzqoY6VIPeU>

und winkt ihnen auch zu (02'37"). Erst beim letzten Chorus steht sie von der Schaukel auf (02'44"). Sie steht neben der Schaukel, hält sich daran fest, überkreuzt die Beine, während sie langsam wieder zur Mitte der Bühne geht und fährt sich durchs Haar. Man hört ein Kreischen, ein „I love you!“ von einem Fan (03'27"). Die Schaukel befand sich auf der Seite der Bühne. Nun sieht man auch die Mitte der Bühne mit der Band und auch die große Video Wall, auf der das Musikvideo zu *Video Games* während der Performance des Liedes abgespielt wurde.

„Der Star muß dem Publikum Nähe vermitteln, sinnliche Präsenz, die beim Zuschauer Gefühle der Sehnsucht auslöst und zum Schein befriedigt. Nähe und Distanz, Verheißung und Zurückweisung sind grundlegende Pole im Spannungsfeld zwischen Star und Publikum, das ja durch einen hochkomplexen emotionalen Dialog gekennzeichnet ist. Nähe und Distanz sind sowohl für das real räumliche Erlebnis eines Live-Auftritts als auch für den medial inszenierten Auftritt konstitutiv.“²³⁵

Bei allen Konzerten von Lana Del Rey, werden zahlreiche Elemente eingesetzt, die sich auf die für sie charakteristischen Inhalte beziehen: Ihre Musikvideos werden auf einer Leinwand eingeblendet, es gibt Requisiten wie zum Beispiel Palmen, welche an Hollywood erinnern, sie trägt die für sie typische Kleidung und sie verhält sich ihrem Image entsprechend. Die Summe aus diesen Dingen ist Teil der Pose von Lana Del Rey und diese Elemente finden sich, wie wir im nachfolgenden Kapitel erkennen können, natürlich auch in ihren Musikvideos.

²³⁵ Thiele, Jens, „Künstlerisch-mediale Zeichen der Starinszenierung“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.137f.

5 Analyse der ausgewählten Beispiele

Das vorliegende letzte Kapitel thematisiert vier ausgewählte Musikvideos von der Popsängerin Lana Del Rey. Diese werden mit Augenmerk auf die Pose, das Image und die wiederkehrenden Themen analysiert. Zuerst werden die fünf verschiedenen Typen von Musikvideos von Gerhard Bühler aufgelistet, um darzulegen, welche Arten von Videoclips im Bereich der Popmusik üblich sind. Die Auswahl für die Musikvideoanalyse fiel gezielt auf die vier Songs *Video Games*, *Born to Die*, *National Anthem* und *Ride* aus ihrem ersten Album *Born to Die*, da bei diesen die Pose und das Image von Lana Del Rey deutlich feststellbar sind. Bei allen kommen die Themen vor, die für die Sängerin charakteristisch sind. Die Musikvideos ihrer späteren Alben thematisieren ebenfalls zu einem großen Teil dieselben Inhalte, trotzdem sind dort wieder eigene Muster zu erkennen. Die Untersuchung von Lana Del Reys späteren Musikvideos würde jedoch den Rahmen dieser Masterarbeit sprengen.

5.1 Die verschiedenen Arten von Musikvideos

5.1.1 Der Performance Clip

Gerhard Bühler unterscheidet zwischen fünf verschiedenen Arten von Musikvideos: Der „Performance-Clip“ (Typ 1) ist laut Bühler ein Musikvideo, welches hauptsächlich aus Aufnahmen der handelnden und musizierenden Künstler oder eines Solokünstlers besteht. In der Nachbearbeitung können Performance-Clips visuelle Effekte oder Verfremdungen erhalten, um den musikalischen Auftritt spannender zu gestalten.²³⁶ Als (semi-)dokumentarischen Performance-Clip bezeichnet Bühler ein Musikvideo, wenn das Publikum neben der Performance mitthematisiert wird und die Funktion eines Mitspielers zukommt. Man sieht enthusiastische und ekstatische Konzert-Besucherinnen und Besucher, welche auch einzeln gezeigt werden. Durch den Live-Charakter

²³⁶ Vgl. Bühler, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand*, S.199.

dieser Musikvideos wird laut Bühler die Einheit von Ort und Zeit gewahrt.²³⁷

Grundsätzlich werden für Performance-Videos Studioaufnahmen verwendet. Die Musikerinnen und Musiker versuchen dabei, den Eindruck einer Live-Performance zu erwecken, obwohl die bereits aufgenommene Tonspur im Musikvideo eingefügt wird. Nach Bühlers Ansicht bietet dieses Verfahren viele kreative Freiheiten, denn man kann zwischendurch andere Aufnahmen einsetzen und den Clip so abwechslungsreicher gestalten.²³⁸

5.1.2 Der Bilderflut-Clip

Bilderflut-Clips (Typ 2) sind Bühler zufolge den Performance-Clips sehr ähnlich, die Musikerinnen und Musiker werden jedoch in unterschiedlichen technisch erzeugten oder realen Kulissen präsentiert. Als Spezialeffekte werde hierbei häufig eine Blue-Box oder Multilayering verwendet. Oft wechselnde Einstellungen und viele Schnitte seien charakteristisch für diese Art von Musikvideos. Dabei gibt es laut Bühler kaum noch emotionale oder inhaltliche Verbindungen zu der Thematik des Musikstücks und visuelle Reize stehen im Vordergrund. Aufgrund der schnellen Montage, gebe es kaum Zeit für eine bewusste Reflektion.²³⁹

5.1.3 Der Pseudo-narrative Clip

Pseudo-narrative Clips (Typ 3) enthalten nach Bühler eine Musik-Performance und eine hohe Schnittfrequenz. Wie bei einer Assoziationsmontage werden abwechselnd Einstellungen montiert, die die Musikerinnen und Musiker zeigen und solche, die bestimmte Zusammenhänge andeuten.²⁴⁰

„Inhalt und Form dieser Handlungen und Abläufe unterliegen keinerlei äußeren Zwängen. Diese ‚Szenen‘ können sich in einer beliebigen realen

²³⁷ Vgl. Ebd., S.199f.

²³⁸ Vgl. Ebd., S.200.

²³⁹ Vgl. Ebd., S.200f.

²⁴⁰ Vgl. Ebd., S.202.

oder fiktiven Kulisse ereignen und auf der Ebene des Bildes – die Tonspur bleibt natürlich der Musik vorbehalten – völlig autarke Handlungen anspielen und Situationen andeuten. [...] Auch die Verwendung von ‚found footage‘-Filmmaterial aus völlig anderen Kontexten, etwa aus dem Dokumentarbereich, ist möglich.“²⁴¹

Das wichtigste Merkmal dieser Art von Musikvideos ist laut Bühler, dass die durch Songtext und Musik vorgegebene Atmosphäre durch die Bilder dargestellt wird und sich inhaltliche Zusammenhänge zwischen den Szenen bieten.²⁴²

„Dieses Angebot fordert zunächst die Einlösung der assoziativen Ansätze seitens des Rezipienten heraus, der bestrebt sein muß, durch eigene kognitive Leistungen die inkohärente Menge rezipierter Anmutungen sinnstiftend zu ordnen und eine durchgängige Erzähllinie auszumachen. Dies ist in der Regel kaum möglich, denn beabsichtigt ist in diesen Clips keineswegs die Schaffung einer Story mit einem Handlungsfaden, sondern vielmehr eine Atmosphäre, die Ausbreitung einer emotionalen Stimmung, für die eine (allzu) klar benennbare Handlung oder narrative Abfolge eher hinderlich wäre.“²⁴³

5.1.4 Der Narrative Clip

Narrative Clips (Typ 4) arbeiten Bühler zufolge mit klischeehaften Typen und Situationen, denn anders ist es schwierig eine ganze Geschichte in ein paar Minuten zu erzählen. Es gebe eine gerade Erzähllinie und die einzelnen Elemente sind so angeordnet, dass sich eine narrative Struktur ergibt.²⁴⁴

„Die einzelnen Handlungsstränge werden nicht mehr linear-seriell, d.h. weitgehend nacheinander erzählt, sondern durchgehend parallel geführt (montiert) und ständig ‚durchmischt‘. Kürzeste Episoden und Einstellungen der einzelnen Erzählebenen lösen, durch Verkettungen verbunden, in ständigem Wechsel einander ab. Mehrere Handlungsstränge mit den damit verbundenen zahlreichen und häufigen Personen- und Situationswechseln, Orts- und Zeitsprüngen können so durchgeführt werden, ohne die Kohärenz der Geschichte zu gefährden.“²⁴⁵

²⁴¹ Ebd., S.202.

²⁴² Vgl. Ebd., S.203.

²⁴³ Ebd.

²⁴⁴ Vgl. Ebd., S.205f.

²⁴⁵ Ebd., S.216.

5.1.5 Der Art-Clip

Beim Art-Clip (Typ 5) geht es nach Bühler nicht mehr in erster Linie um die Musik-Performance. Im Vordergrund stehe die Verbindung von Musik und visuellen Ausdrucksformen, welche nicht unbedingt einen realen Zusammenhang haben müssen. Häufig werden Experimentalfilmtechniken wie aus Animationsfilmen oder Techniken des abstrakten Films verwendet.²⁴⁶

„Visuelle Attraktionen, dynamische Bilder von bewegten Gegenständen, gefilmt mit bewegter Kamera, in der Montage schnell bis rasend schnell zusammengefügt, zielen nicht auf ein verstandesmäßiges Begreifen inhaltlicher Zusammenhänge, sondern auf die Erzeugung emotionaler Affekte, Stimmungen und 'traumhafter' Assoziationen. Neu an der Semantik des Kurzfilmformats des Musikvideos ist, daß zur Entfaltung der Wirkung kein erzählerischer Gesamtzusammenhang mehr notwendig scheint, in dem die Elemente in stimmiger psychologischer Schilderung dem Betrachter zur Identifikation angeboten werden, ihre Anwesenheit inhaltlich begründet und psychologisch nachvollziehbar gemacht wird.“²⁴⁷

Die verschiedenen Typen von Musikvideos, welche Bühler vorschlägt, können bei der Kategorisierung hilfreich sein. Oft gestaltet es sich allerdings schwierig bestimmte Videoclips einzuordnen, da sich die Typen auch vermischen können. Dennoch erscheint es sinnvoll diese Arten aufzulisten, um generell besser verstehen zu können, wie Musikvideos aufgebaut sind.

5.2 Video Games

*Video Games*²⁴⁸ ist der Song, mit dem Lana Del Rey international bekannt wurde. Für das dazugehörige Musikvideo, bei dem die Sängerin selbst für Regie und Schnitt verantwortlich ist, hat sie found footage-Material verwendet, das sie auf der Videoplattform Youtube gefunden hat.²⁴⁹ Das Bildmaterial besteht teilweise aus Cartoons (00'15“ oder 01'52“), alten

²⁴⁶ Vgl. Ebd., S.207.

²⁴⁷ Ebd., S.210.

²⁴⁸ *Video Games*, Lana Del Rey, Regie: Lana Del Rey, USA: Interscope/Polydor/Vertigo 2011.

²⁴⁹ *Lana Del Rey Interview - Poolside at The Chateau Marmont*, 2013; <https://www.youtube.com/watch?v=7jkpRBxTCJ0> , Zugriff: 20.08.2018, (00'28"-00'48").

Filmen und verschiedene Aufnahmen, welche die Sängerin beim Singen des Liedes zeigt. Alle diese Einstellungen wurden abwechselnd aneinander geschnitten und viele davon wiederholen sich ständig.

In einem Interview erklärt Lana Del Rey, dass sie für *Video Games* sowohl Material aus den 1950ern und 1960ern, als auch modernes Filmmaterial verwendet hat.²⁵⁰ Sie meint auch, dass es bei *Video Games* um Nostalgie geht, um eine unbeschwerte Zeit die sie früher als Jugendliche hatte. Sie vermisse diese Leichtigkeit, welche im Musikvideo ihr zufolge durch das Skateboarden und das Schwimmen ausgedrückt werde.²⁵¹ Der Song und das Musikvideo weisen einen Retro-Stil auf. Dies ist ein Merkmal, welches bei den künstlerischen Produktionen von Lana Del Rey häufig zum Vorschein kommt.

Die Musikvideos von Lana Del Rey artikulieren laut Arild Fetveit auf effektive Weise in welcher Art prekäre Mediation in zeitgenössischer Populärkultur verwendet wird. In vielen ihrer Musikvideos, wie *Summertime Sadness* (2012) und *Summer Wine* (2013) äußere sich eine mehrdeutige Sehnsucht für die Vergangenheit. Die nostalgisch wirkenden Musikvideos sind nach Fetveit geschickte Versuche der perfekten Unvollkommenheit.²⁵² Das Bild in den beiden Musikvideos ist intensiv verwackelt und Bilder scheinen zu fehlen. Das Material wirkt als wäre es found footage und hat einen ausgebleichenen und abgenutzten Super 8 Stil.²⁵³

“The image shakes intensely in the opening; frames seem to be missing, creating a jagged and flickering mediation. The footage appears to be vintage in its faded and worn look, or perhaps it may better be characterised as used, at times even used up.”²⁵⁴

Ein Thema der visuellen Ebene von *Video Games* ist jugendliche Leichtigkeit: Das Musikvideo zeigt Aufnahmen von Jugendlichen, welche

²⁵⁰ Vgl. Interview Chateau Marmont (01'23”).

²⁵¹ Vgl. Interview Chateau Marmont (02'35”).

²⁵² Vgl. Fetveit, Arild, “Death, beauty, and iconoclastic nostalgia: Precarious aesthetics and Lana Del Rey”, *NECSUS. European Journal of Media Studies*, Vol.4(2), 09/30/2015, (Peer Reviewed Journal), S.187.

²⁵³ Vgl. Fetveit, “Death, beauty, and iconoclastic nostalgia”, S.191.

²⁵⁴ Ebd.

sich gemeinsam in einem Pool amüsieren (00'10" und 01'08"), beim Schaukeln (00'32") und Skateboard fahren (00'47"), junge Pärchen, die sich küssen (00'45") und gemeinsam auf einem Moped fahren (00'05") und zwei Freundinnen, die sich zusammen im Kreis drehen (01'08" oder (01'13").

Außerdem spielt Hollywood eine große Rolle in dem Musikvideo: Man sieht Paparazzi-Aufnahmen der Schauspielerin Paz de la Huerta, welche offensichtlich betrunken ist und zu Boden stürzt (01'55"). Es werden auch alte Aufnahmen in schwarz-weiß eingeblendet, die verschiedene Fotografen einzeln und in Gruppen zeigen (00'41"). Auch das Hollywood-Zeichen (01'02"), Palmen (00'30") und der Walk of Fame (01'20") werden eingeblendet. Auch die amerikanische Flagge, welche in jedem der vier behandelten Musikvideos vorkommt, wurde von Lana Del Rey in das Musikvideo montiert (00'14").

Die Sängerin inszeniert sich in den Aufnahmen, die mit einer Web-Cam aufgezeichnet wurden nachdenklich (01'49") und verspielt. Diese sind sowohl in Farbe als auch monochrom. Es gibt mehrere Einstellungen, in denen sie über die Schulter blickt. Bei diesen Aufnahmen hat die Sängerin das Lipsync-Verfahren angewendet, es gibt aber auch Einstellungen, bei denen sie nicht ihre Lippen bewegt (00'31").

„Die Figur im Blickfeld der Kamera – der Star – kann ihrerseits auf die Kamera reagieren – über körpersprachliche Zeichen, sei es das Lächeln, die Mimik, eine Geste, einen Hüftschwung. Kameraeigenschaften und Körpersprache verbinden sich zu einem komplexen Wirkungsgebilde.“²⁵⁵

Wie bei jedem Musikvideo von Lana Del Rey, spielen besonders Mimik und Gestik eine große Rolle bei der Unterstreichung des Liedtextes (03'45"). So legt sie beispielweise ihren Kopf in den Nacken während sie singt (00'27"), zwinkert in die Kamera (01'15") oder blickt öfter über ihre Schulter (02'25", 02'46", 03'50"). Das weiße Kleid stellt ein weiteres Merkmal dar, das für die Inszenierung von Lana Del Rey charakteristisch

²⁵⁵ Thiele, „Künstlerisch-mediale Zeichen der Starsinszenierung“, S.143.

ist (00'03"). Auch die Frisur im Stil der 1960er Jahre (00'19") und ein nachdenklicher, melancholischer Blick (01'21") passen zu ihrem Image.

Vergleicht man den Inhalt des Songtextes und den des Musikvideos, fällt auf, dass es auf der visuellen Ebene wesentlich mehr Themen gibt: Der Text des Liedes handelt von Verliebtheit und Amüsement. Im Videoclip geht es, wie eben schon erwähnt, um Jugend, Nostalgie, junge Liebe, Hollywood, Prominenz, Sommer und Amerika. Liedtext und Bild sind nur selten synchron: Die einzigen beiden Stellen, bei denen dies der Fall ist erstens die Textzeile "watchin all our friends fall", bei der man sieht, wie einer der Skater von einem Geländer fällt (02'13"), und "he holds me in his big arms, drunk and I am seeing stars, this is all I think of", bei welcher die betrunkene Schauspielerin Paz de la Huerta festgehalten wird, bevor sie stolpert (02'06").

Bei *Video Games* handelt es sich um einen pseudo-narrativen Clip. Die zahlreichen sich wiederholenden Bilder erzeugen gemeinsam mit der Musik eine nostalgische Atmosphäre. Die Einstellungen schaffen beim Zuschauer bestimmte Assoziationen. Wie man zuvor schon bei Bühler erfahren hat, wird bei diesem Typ von Musikvideo häufig found footage-Material verwendet und es gibt keine narrativen Strukturen. Beides ist bei *Video Games* der Fall. Abgesehen von diesem Beispiel, handelt es sich bei allen noch folgenden um narrative Videoclips, denn es wird versucht den Songtext auf der visuellen Ebene darzustellen.

5.3 Born to Die

Das fast fünf Minuten lange Musikvideo zu *Born to Die*²⁵⁶ hat vier verschiedene Schauplätze. Der erste und gleichzeitig letzte ist eine Art Rahmen des Musikvideos: Gezeigt werden Lana Del Rey und ihr Liebhaber, wie sie beide mit freiem Oberkörper vor einer amerikanischen Flagge stehen und sich umarmen. (00'00"-00'12" und 04'34"-04'44"). Alle anderen Schauplätze werden innerhalb des Musikvideos immer wieder

²⁵⁶ *Born to Die*, Lana Del Rey, Regie: Yoann Lemoine, USA: Interscope/Polydor 2011.

abwechselnd montiert. Innerhalb des zweiten Schauplatzes, sieht man Lana Del Rey als eine Art Königin im Schloss Fontainebleau thronen. Sie wird von zwei Tigern beschützt. Ihre Krone ist ein riesiger Blumenkranz und sie trägt ein bodenlanges weißes Kleid (ab 00'24").

Jens Thiele zufolge muss der Star herausgehoben werden: Er könne zum Beispiel aus der Dunkelheit ins Licht hervortreten oder sich vor einer besonderen Kulisse befinden. Außerdem sei die Abgrenzung zu anderen notwendig.²⁵⁷

Der dritte Schauplatz befindet sich scheinbar in der Wüste, es handelt sich um ein Treffen mit ihrem Liebhaber bei seinem Auto (ab 00'45"). Dieser wird von Schauspieler Bradley Soileau gespielt, welcher auch in dem Musikvideo zu ihrem Lied *Blue Jeans* ihren Freund verkörpert. Die beiden küssen sich mehrmals (ab 00'49") und rauchen gemeinsam Cannabis (01'14"). Es gibt zahlreiche Andeutungen, dass es sich hier um eine problematische Beziehung handelt, wie zum Beispiel in der Szene, in der sie sich von ihrem Partner abwendet und er sie gewaltsam zu sich zieht (01'43") oder bei der gemeinsamen Autofahrt, bei der die Sängerin nachdenklich und abwesend wirkt (02'24" und 02'45"). Das Paar fährt in der Nacht über einen verlassenen Highway und hat einen Unfall, den die Figur, welche von Lana Del Rey verkörpert wird, nicht überlebt. In einer längeren Einstellung hält ihr Liebhaber den leblosen und blutverschmierten Körper vor dem brennenden Auto in den Armen (04'12"-04'33").

Im vierten Schauplatz befindet sich die Sängerin im Schlafzimmer des Schlosses. Lana Del Rey trägt auch hier ein weißes Kleid und es werden Rückblenden von ihr und ihrem Freund gezeigt. Hier sieht man erneut einen Hinweis auf die gewaltsame Beziehung, da ihr Partner ihren Hals festhält und es aussieht, als würde er sie kontrollieren (02'21"). Die Sängerin wandert anschließend durch das Schloss bis zu einem großen Tor, das sie öffnet.

²⁵⁷ Vgl. Thiele, „Künstlerisch-mediale Zeichen der Starszenierung“, S.136.

Die Art wie Lana Del Rey sich selbst in *Born to Die* und *Ride* präsentiert zeigt laut Fetveit zwei verschiedene ikonographische Traditionen und zwei unterschiedliche Typen von Schönheit. Dieser Unterschied wird ihm zufolge zu Beginn des Musikvideos *Born to Die* klar artikuliert: In einer klassischen und monumentalen Kapelle sitzt Lana Del Rey wie eine Königin auf einem Thron. Die Kamera bewegt sich in einer perfekt symmetrischen Komposition und in einer hohen Auflösung auf sie zu. Bis auf einige Gesten, welche den Songtext unterstreichen, bleibt sie ruhig in ihrer Rolle als Königin. Diese Bilder werden abwechselnd montiert mit ihrem Alter Ego: Eine junge und dynamische Frau, die in fragmentierten Einstellungen gezeigt wird, wie sie ihren Geliebten trifft. Die beiden sind umgeben von einer Ikonographie von Amerikana und Zeichen der Nostalgie, welche die früheren Vereinigten Staaten symbolisieren sollen, wie zum Beispiel ein 1960er Ford Mustang, Jeans, Converse Schuhe und die amerikanische Flagge.²⁵⁸ Mit diesen zwei Ikonographien werden zwei Personae von Lana Del Rey vorgestellt, welche für ihre frühe Karriere wichtig sind. Fetveit nennt sie die Königin und den rebellischen Teenager. Die Königin erscheint als eine schöne Diva der späten 1950er in langen Kleidern und der rebellische Teenager trägt einen Stil der späten 1960er mit Jeans-Shorts, roten Converse Schuhen, weiten T-Shirts und eine Biker-Jacke mit Fransen. Für Fetveit äußert sich diese doppelte Ikonographie auch in ihrem Gesangstil.²⁵⁹

“Tenuous as his observation might be in its generalised association of women, beauty, and imperfection, it nonetheless resonates surprisingly well with the lure of imperfection in Del Rey’s Monroe-inspired voice work, even more so on an entirely different level: the fragile, beautiful, and distressed media materialities in the music videos for her songs.”²⁶⁰

Fetveit ist der Meinung, dass auch der Gesang von Lana Del Rey in dem Lied *Born to Die*, zwei Ebenen hat: Einerseits der tiefe Gesang, der für die

²⁵⁸ Vgl. Fetveit, “Death, beauty, and iconoclastic nostalgia”, S.195.

²⁵⁹ Vgl. Ebd., S.196.

²⁶⁰ Ebd., S.198.

Figur der Königin stehe und andererseits der hohe Gesang der „jungen Rebellin“, der an den Gesangsstil von Marilyn Monroe erinnert.²⁶¹

Lana Del Rey drückt in *Born to Die* sehr viel über Mimik und Gestik aus. Während die Sängerin auf einem Thron sitzt und singt, artikuliert sie sehr viel mit ihren Händen. Auf diese Weise wird der Songtext in mehreren Szenen durch die Gestik der Sängerin unterstrichen. Ein Beispiel hierfür ist wenn sie sich bei “Oh my heart it breaks“ auf ihr Herz greift (00‘32“). Bei “keep making me laugh, let’s go get high“ (02‘31“) oder “we were born to die“ (03‘01“), drückt sie den Text durch ihre Handbewegungen aus.

Für Thiele ist die Frontalposition der Kamera ideal, da sich der Star der Kamera und somit dem Publikum, direkt präsentieren kann.²⁶² Die Nahaufnahme zeige Thiele zufolge besonders die Qualitäten der Mimik, Sinnlichkeit und Reize eines Gesichts.²⁶³

Nach Thiele macht die Nahaufnahme das Gesicht zu einem Bild: Sie begrenzt, isoliert und lässt es im Dunkeln aufleuchten. Auf diese Weise werde ihm zufolge das Bild des Stars eingerahmt. Außerdem wird seiner Ansicht nach das Starbild durch die abwesenden Zuschauerinnen und Zuschauer ergänzt. Die Beziehungsachsen zwischen Künstler und Zuseherinnen und Zuseher werden laut Thiele über den Kameraschwenk und den Schnitt dargestellt.²⁶⁴

5.4 National Anthem

Das Musikvideo zu *National Anthem*²⁶⁵, welches am 27. Juni 2012 erschienen ist, stellt ein interessantes Beispiel für die Pose und das Image von Lana Del Rey dar. In dem Videoclip, bei dem Anthony Mandler Regie geführt hat, verkörpern Lana Del Rey und A\$AP Rocky eine neu interpretierte Version der Kennedys. *National Anthem* ist in Hinblick auf

²⁶¹ Vgl. Ebd., S.196.

²⁶² Vgl. Thiele, „Künstlerisch-mediale Zeichen der Starszenierung“, S.138.

²⁶³ Vgl. Ebd., S.139.

²⁶⁴ Vgl. Ebd., S.140.

²⁶⁵ *National Anthem*, Lana Del Rey, Regie: Anthony Mandler, USA: Interscope/Polydor 2012.

die Pose von Lana Del Rey sehr interessant, denn es werden die für sie typischen Themen Americana, Nostalgie, Liebe und Tod behandelt und in den Kontext mit der Geschichte der Kennedys gestellt. Außerdem wird der Lebensstil des Hip Hop und des Rap thematisiert, deren Ursprung ebenfalls in den USA liegt. Es lassen sich auch Strukturen des Melodramatischen erkennen.

Lana Del Rey tritt zu Beginn als Marilyn Monroe auf, die für John F. Kennedy „Happy Birthday“ singt (00'00“-01'43“). Der Präsident John F. Kennedy wird von dem afroamerikanischen Rapper A\$AP Rocky verkörpert. Im restlichen Verlauf des Videos spielt die Sängerin die Rolle der Jacqueline Kennedy. Die Szene mit Marilyn Monroe ist die Einleitung des Videos. Es gibt hier auch eine Art Vorschau auf das eigentliche Musikvideo in Form von kurzen Einstellungen, welche später wieder vorkommen. Im Hauptteil des Musikvideos werden abwechselnd Einstellungen im Stil eines Home Videos (01'43“- 05'30“), mit solchen bei denen Lana Del Rey alleine und singend gefilmt wird, montiert. Die Home Videos zeigen das Ehepaar mit Kindern beim Picknick, bei einer Geburtstagsfeier, beim Segeln, beim Spazieren am Strand in den Hamptons, aber auch ohne die Kinder beim Feiern, beim Glücksspiel und beim Fahren von teuren Autos. In den Einstellungen die Lana Del Rey alleine zeigen, sitzt sie in einer Wiese zwischen Blumen (02'08“) oder liegt auf einem Bettvorleger (02'13“).

Bei *National Anthem* lassen sich zwei Ebenen feststellen: Erstens die Ebene des Songtextes, welche im Musikvideo bildlich dargestellt wird und zweitens die Darstellung der Kennedys. Inhaltlich behandelt das Lied die Themen Kapitalismus und Konsum. Konkret geht es um Geld, teure Autos, Partys, Glücksspiel, den Konsum von Drogen und sexuelle Anspielungen (01'18“, 01'40“ oder 02'23“). Der Songtext wird während des gesamten Musikvideos auch auf visueller Ebene dargestellt. Auffallend ist, dass all diese Themen auch in Songs und Musikvideos des Gangster-Rap vorkommen. Es ist sicher kein Zufall, dass Mandler und Lana Del Rey für die Rolle des John F. Kennedy den Rapper A\$AP Rocky

ausgewählt haben. Denn nicht nur die Themen die auf der Text- und Bildebene vorkommen sind an den Hip Hop angelehnt, sondern auch die Art wie Lana Del Rey in *National Anthem* singt, könnte man auch als rappen bezeichnen. Wie man aus Interviews entnehmen kann, ist Lana Del Rey selbst ein großer Hip Hop Fan und nennt den Rapper Eminem als einen ihrer künstlerischen Einflüsse.²⁶⁶

Auf der Textebene geht es allgemein um das Thema des Kapitalismus, welcher ein bedeutender Teil der amerikanischen Kultur ist und im abschließenden Monolog des Musikvideos geht es um die Liebe, die Jacqueline für ihren Mann empfunden hat. Die Themen Nostalgie und Tod kommen ausschließlich auf der bildlichen Ebene vor. Der Videoclip zeigt auf eine hochstilisierte Art die frühen 1960er Jahre: Dies äußert sich in Lana Del Reys Frisuren und ihrem Kleidungsstil, aber auch in den Einrichtungsgegenständen und den Autos. Aufgrund dieser markanten Merkmale, würde man diese bestimmte Zeit in der Geschichte auch erkennen, wenn es nicht um die Kennedys gehen würde. Auch bei der Bildqualität wurde versucht, Authentizität zu erzeugen. Die Anfangsszene, in der Lana Del Rey Marilyn Monroe spielt, ist monochrom, das Musikvideo selbst ist bunt und sepiafarben und der Schlussteil, welcher ein Re-Enactment von Abraham Zapruders berühmtem berüchtigten Film des Attentats ist, hat wie das Original eine Super 8-Optik.

National Anthem handelt nicht nur von der Ermordung des Präsidenten Kennedy, sondern die Reaktion der First Lady Jacqueline Kennedy steht besonders im Fokus des Musikvideos. Dies äußert sich einerseits durch die Nahaufnahmen ihres verzweifelten Gesichtsausdrucks nach dem Mord (06'49'') und andererseits über die Tonspur, welche von Lana Del Rey aus der Sicht von Jacqueline gesprochen wird (05'30''-7'48''). Sie spricht darüber, wie sehr sie ihren Mann geliebt hat und wie sehr er von den Menschen bewundert wurde. Für sie bricht in diesem Moment eine Welt zusammen und es werden als Rückblende erneut die Home Videos von ihr und John F. Kennedy zwischen denen der Ermordung eingefügt.

²⁶⁶ *NME Interviews Lana Del Rey*, GB: 2012; <https://www.youtube.com/watch?v=zRAFNSgk1Ns>, Zugriff: 31.07.2018, (00'53'').

Beinahe der gesamte Schlussteil wird in Zeitlupe wiedergegeben. Die Art und Weise, wie die Verzweiflung im Videoclip dargestellt wird, könnte man als melodramatisch bezeichnen.

Laut Pinto ist es schwierig zu beurteilen, wie die Verwendung nationaler Symbole in der visuellen Darstellung von Lana Del Rey zu bewerten ist. In vielen Musikvideos der Sängerin kommt die amerikanische Flagge vor und man könnte vermuten, dass dahinter ein sehr konservativer Umgang mit nationalen Symbolen steht.²⁶⁷

„Ich möchte dennoch dahingehend argumentieren, dass die fast inflationär auftauchenden Verweise auf nationale Symbole beziehungsweise auf Symbole, die eine (kultur-) historische Bewandnis haben, durchaus auch eine kritische Distanzierung vom klassischen ›American Dream‹ bedeuten können – somit stellt das Konzept ›Lana del Rey‹ eine Art Abgesang auf die Gesellschaft und deren amerikanischen Traum dar: Denn die Überfrachtung mit Nationalsymbolen ist nur auf den ersten Blick eine Affirmation heute gültiger US-amerikanischer Symbolik. (...) Jenes Verständnis des amerikanischen Traums verweist auf die 1940er, 1950er und 1960er Jahre, auf die goldene Zeit des klassischen amerikanischen Kinos als Mythos, der unter anderem glamouröse Filmdiven hervorbrachte.“²⁶⁸

Da es in National Anthem um einen amerikanischen Präsidenten geht, dürfen nationale Symbole wie die Staatsflagge selbstverständlich nicht fehlen. Im Kontext des Musikvideos verdeutlicht es den Nationalstolz der Amerikaner. Lana Del Rey inszeniert sich, wie man schon bei *Video Games* und *Born to Die* bemerken konnte, auch in ihren anderen Musikvideos als Diva im Stil der 1950er oder 1960er Jahre. Dies wird begründet durch das für sie charakteristische Thema der Nostalgie für ein früheres Amerika.

„Eine weitere (und durchaus provokativ-zynische) Brechung liefert jener Clip gleich dahingehend mit, dass der vermeintliche Präsident Kennedy vom schwarzen Rapper A\$AP Rocky verkörpert wird, einerseits also das Geschichtsbild auf der Oberfläche konterkariert und andererseits den tragischen Anschlag von 1963 auf die Gegenwart überträgt: die

²⁶⁷ Vgl. Pinto, „Geboren, um zu sterben“, S.129.

²⁶⁸ Ebd.

Assoziation zum aktuellen Präsidenten Barack Obama ist nur allzu offensichtlich.²⁶⁹

Wie oben schon erwähnt könnte die Besetzung von A\$AP Rocky als Präsident Kennedy als Verweis auf die Kultur des Hip Hop interpretiert werden. Als das Musikvideo veröffentlicht wurde, befand sich Barack Obama mitten in seiner Amtszeit als Präsident der Vereinigten Staaten von Amerika. Lana Del Rey hat in einem Interview geäußert, dass sie sich politisch auf der Seite der demokratischen Partei verortet. Deshalb könnte dies ausschlaggebend für die Besetzung von A\$AP Rocky als Präsident sein. Dagegen spricht jedoch, dass das Verhalten des Rappers im Vergleich zu dem des ehemaligen Präsidenten Obama komplett gegensätzlich ist.

Bühler zufolge sind Pluralismus und Intertextualität charakteristisch für Filme der Postmoderne. Es werden laut ihm Folgetexte von den ursprünglichen Texten eingesetzt und diese haben nicht nur die Parodie als Zweck. Diese Folgetexte sind nicht einfach nur Zitate, sondern werden konzeptuell verwendet. Sie beziehen sich nicht einfach nur auf den Ursprungstext, denn es werden neue Bezüge hergestellt.²⁷⁰

„In den Konzepten dieser audiovisuellen Artefakte wird häufig so vorgegangen, daß ‚historische‘ Ursprungstexte und Strategien jeder Art innerhalb der Medien (ob Inhalte, Handlungen, Topoi, Klischees, Figuren, formale Techniken) in einen neuen Kontext transportiert werden und in eine neue ‚fremde‘ Fassung (Setting) adaptiert werden, wobei die kontrastierenden Wirkungen der Einzelelemente als Mehrfachkodierungen wirken und ebenso multivalente Bedeutungshorizonte zur Entfaltung bringen können. Die Kreation dieses Rahmens oder Settings ist als bestimmter Teil des Konzeptes verantwortlich für die Wirkungen des neuen Ganzen und stellt damit den Kern der (neu erbrachten) künstlerischen Leistung innerhalb der intertextuellen Arbeitsweise dar.“²⁷¹

Laut Bühler kann man selbstverständlich nicht annehmen, dass jedes Einsetzen eines Zitats grundsätzlich ein Anzeichen von postmoderner Ästhetik ist. Schon seit Anfang der Kulturgeschichte gibt es nach Bühler

²⁶⁹ Ebd., S.129.

²⁷⁰ Vgl. Bühler, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand*, S.305f.

²⁷¹ Ebd., S.306f.

schon Bezugnahmen auf bereits existente Ursprungstexte verschiedenster Art und wurde auch in früheren Epochen verwendet.²⁷²

5.5 Ride

Das über 10-minütige Musikvideo zu Lana Del Reys Lied *Ride*²⁷³, bei dem erneut Anthony Mandler Regie geführt hat, erschien am 10. Oktober 2012. Ähnlich wie *National Anthem* ist es ein Musik-Kurzfilm, welcher aus einem Prolog (00'00"-03'25"), dem Hauptteil (3'25"-08'06") und einem Epilog (08'06"-09'44") besteht.

Im Prolog werden Einstellungen von Lana Del Rey alleine in der Wüste auf einer Schaukel abwechselnd mit welchen von ihr und den Männern, die sie auf der Straße trifft, montiert. Es ist eine Art Vorschau auf den Hauptteil. Die Erzählstimme spricht über ihr Leben auf der Straße, die Sicherheit die sie bei fremden Menschen sucht und wie glücklich sie die Männer, die sie trifft und die Freiheit kein permanentes zu Haus zu haben, machen. Sie habe keine klar definierte Persönlichkeit und gehöre zu niemandem.²⁷⁴

Für Pinto kann man bei dem Musikvideo erkennen, wie die Sängerin sich als Kunstfigur in der Popmusik entwickelt hat.²⁷⁵ Lana Del Rey erscheint im Musikvideo als Sängerin auf verschiedenen Bühnen und wird als Protagonistin in narrativen Sequenzen gezeigt. Es handelt sich dabei um verschiedene Umgebungen wie Highways, Motels, Bars und der Wüste und man sieht sie mit verschiedenen Personen wie Motorradfahrern oder älteren Männern interagieren.²⁷⁶ Für Pinto ist der amerikanische Traum aus einer melodramatischen Perspektive charakteristisch für das Gesamtkonzept der Popsängerin Lana Del Rey.²⁷⁷

²⁷² Vgl. Ebd., S.307.

²⁷³ *Ride*, Lana Del Rey, Regie: Anthony Mandler, USA: Black Hand Cinema 2012.

²⁷⁴ Der vollständige Text befindet sich im Anhang.

²⁷⁵ Vgl. Pinto, „Geboren, um zu sterben“, S.117f.

²⁷⁶ Vgl. Ebd., S.119.

²⁷⁷ Vgl. Ebd., S.124.

„Beim Musikvideo *RIDE* zeigen sich Strukturen, die an die Ästhetik des klassischen Filmmelodramas erinnern. Dies realisiert sich auf unterschiedlichen Ebenen: 1) in der visuellen Erscheinung der Kunstfigur Lana del Rey und ihren jeweiligen Verkörperungen, 2) im Eindruck, den sowohl die musikalische als auch die stimmliche Inszenierung hinterlassen, 3) auf der Ebene des Songtexts sowie 4) in den narrativen Strukturen, die der Bildebene des Clips zugrunde liegen.“²⁷⁸

Pinto zufolge handelt es sich bei *Ride* um einen Rückblick auf eine frühere Zeit, bei dem sich eine Frau an Geschehnisse ihrer Vergangenheit erinnert. Es handle sich um ihre Jugend und ihre wenig erfolgreiche Karriere als Sängerin. Wie das aktuelle Leben der Erzählerin verläuft, erfährt man als Zuseher nicht. Markiert wird der Rückblick auf der inhaltlichen und visuellen Ebene laut Pinto durch Musikstil, Umgebung und Kleidung. Filmisch gekennzeichnet werde sie über die Körnigkeit des Bildes und auf akustischer Ebene über den inszenierten Originalton.²⁷⁹

Lana Del Rey trägt bei ihren Bühnenauftritten als Sängerin im Musikvideo verschiedene Kleider im Stil der 1980er Jahre (03'25“, 04'42“ und 05'25“). Wenn sie mit den Motorradfahrern unterwegs ist, trägt sie eine Fransenjacke, Jeansshorts und schwarze Stiefel, ähnlich wie im Musikvideo zu *Born to Die*. In der Wüste umhüllt sie sich mit der amerikanischen Flagge (04'11“) und hält sie über sich in den Wind (04'27“). Thematisiert wird auch der Besitz von Waffen, welcher ein Teil der amerikanischen Kultur ist, aber auch automatisch auf den Tod verweist.

„Doch auch wenn es in *RIDE* nicht direkt um Tod geht, so wird hier dennoch eine film-melodramatische »melancholy of loss« explizit: etwa in der absoluten Einsamkeit der verlassenen Wüstenweite, in der Zeitlupe der langsam schwingenden Schaukel.“²⁸⁰

Für Pinto ist die melancholische Musik eine weitere melodramatische Struktur, welche typisch für Lana Del Rey ist. Ihm zufolge handelt es sich in den Strophen um einen „getragenen Sprechgesang“ und einen „schwermütigen“ und „leicht gebrochenen und schwermütigen Gesang in

²⁷⁸ Ebd., S.124f.

²⁷⁹ Vgl. Ebd., S.125.

²⁸⁰ Ebd., S.126.

Bridge und Refrain“²⁸¹. Musikalisch gesehen ist das Lied laut Pinto eine Mischung aus Streichern, emotional hoch aufgeladener Musik und aufdringlichem, fast kitschigen 1980er Jahre Soft-Pop. Der Blick und die Mimik des inszenierten Pop-Stars Lana Del Rey ist für Pinto die letzte melodramatische Struktur.²⁸²

Das Hauptthema des Musikvideos und Songs ist Pinto zufolge die Selbstverwirklichung als Muster des amerikanischen Traums. Es gebe verschiedene Darstellungsweisen der Begriffe Glück und Freiheit, wie zum Beispiel die Motorradfahrer oder sexuelle Freiheit.²⁸³

„Wird auf der sprachlichen Ebene der amerikanische Traum gutgeheißen und die vergangene Zeit – trotz der Problematiken – als etwas Positives angesehen, so ist die Persona auf der visuell diese Erinnerungen illustrierenden Ebene fast ausschließlich mit traurigem und gesenktem sowie leerem und distanzierterem Blick zu sehen.“²⁸⁴

Der traurige, gesenkte und leere Blick ist typisch für die melancholische Pose der Kunst-Persona Lana Del Rey. Die Traurigkeit wird in *Ride* einerseits durch die Mimik ausgedrückt (02'52"), aber auch durch Szenen in denen sie sich alleine in der Wüste (00'12") oder am Straßenrand befindet (01'50"). Der traurige Gesichtsausdruck unterstreicht auch den Songtext, bei dem es darum geht, dass sie alleine ist und nicht verlassen werden möchte. Im Musikvideo geht es außerdem um den kaum erreichbaren Wunsch als Sängerin erfolgreich zu werden („I was a singer, not a very popular one“, 01'08") Im Eröffnungs-Monolog sagt sie, dass die Männer, die sie getroffen hat, sie glücklich gemacht haben. Es gibt im Musikvideo mehrere Einstellungen, in denen sie mit den Männern lacht (00'39", 00'44"). Betrachtet man den Inhalt des Musikvideos und den des Songtextes, fällt generell auf, dass versucht wird diesen auf visueller Ebene im Videoclip umzusetzen.

Pinto sieht das Konzept von Lana Del Rey nicht als reaktionär, sondern es scheint mehr das künstlerische Interesse vorhanden zu sein, sich mit

²⁸¹ Ebd., S.127.

²⁸² Vgl. Ebd., S.127.

²⁸³ Vgl. Ebd., S.128.

²⁸⁴ Ebd., S.130.

gebrochenen und gescheiterten weiblichen Persönlichkeiten der amerikanischen Gesellschaft der Popkulturgeschichte zu beschäftigen. Fiktive Figuren aus der Popkultur und bekannte Frauenrollen aus klassischen Film-Melodramen werden ihm zufolge zitiert. Beispiele dafür sind Marilyn Monroe, Jacqueline Kennedy oder Nancy Sinatra. Diese kulturhistorisch wichtigen Personen werden von Lana Del Rey zitiert und nicht parodiert. Pinto ist der Ansicht, dass das Inszenierungskonzept von Lana Del Rey durch sein kritisches Potenzial Tiefe bekommt.²⁸⁵

Bei der selbstreflexiven Inszenierung von Lana Del Rey wird nach Pinto die Vergänglichkeit einer Vorstellung des amerikanischen Traums gekennzeichnet. Das konkrete Ziel ist in diesem Fall in der Unterhaltungsbranche erfolgreich und populär zu werden. Für Pinto ist dies charakteristisch für das klassische Filmmelodram.²⁸⁶

Im Finale des Musikvideos sind die Sängerin und die Motorrad-Gang in der Wüste und feiern bei einem Lagerfeuer, indem sie sich betrinken und durch das Feuer fahren (ab 06'49"). Lana Del Rey trägt einen indianischen Kopfschmuck und hält eine Pistole in ihren Händen (07'04"). Der Epilog zeigt die Protagonistin mit den verschiedenen Männern in der Wüste, wie sie trinken, den Mond anheulen, scheinbar sexuelle Handlungen vollziehen und mit ihren Pistolen in den Himmel schießen. Die Erzählerstimme spricht über ihren erfüllten Wunsch Gleichgesinnte zu finden, über das wilde Leben, die Person die sie sein möchte und über das frühere Amerika.

Im Musikvideo wird angedeutet, dass die Protagonistin sich prostituiert, jedoch kann dies nicht eindeutig bestätigt werden. Da es im Song und im Musikvideo um Freiheit geht, könnte es sich auch um die Darstellung von sexueller Freiheit und weiblicher selbstbestimmter Sexualität handeln. Darauf deutet auch diese Textzeile im Epilog hin: „are in touch with your darkest fantasies, have you created a life where you can experience them? I have [...]”(9'22"-9'32")

²⁸⁵ Vgl. Ebd., S.131.

²⁸⁶ Vgl. Ebd., S.132.

"[...] as an aesthetic, postmodernism constructs a decentered, fragmented text; the breaking up of traditional, realist forms sometimes entails a deconstruction of conventional sex-role representations that opens up new possibilities for female imaging. Further, the fragmentation of the viewing subject perhaps deconstructs woman's conventional other-centered reception functions – women positioned as nurturer, care-giver – releasing new ways of relating to texts. Postmodernism offers the female spectator pleasure in sensations – color, sound, visual patterns – and in energy, body movement; it also opens up possibilities for expression of female desire."²⁸⁷

Von den vier ausgewählten Beispielen ist vermutlich *Born to Die* dem Kurzfilm *Ride* am ähnlichsten, aufgrund der ähnlichen Kleidung, der Verwendung nationaler Symbolen und den Film-Szenen auf der Straße. Natürlich ist dies bei *Ride* ein völlig anderer Kontext. Die wiederkehrenden Themen Liebe, Amerikana und Nostalgie kommen in jedem der ausgewählten Beispiele vor, abgesehen vom Tod, welcher in unterschiedlichen Ausprägungen überall außer bei *Video Games* vorkommt. Es lässt sich auch ein Muster bei den Gesten, welche für die Pose von Lana Del Rey typisch sind, erkennen. Die melodramatischen Strukturen, von denen Pinto spricht, sind auch bei *Born to Die* und *National Anthem* zu finden.

²⁸⁷ Kaplan, E. Ann: *Rocking around the Clock: Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*, London: Routledge, 1987, S.150.

6 Schlussbemerkung

Ziel dieser Masterarbeit war es aufzuzeigen, wie die Pose und das Star-Image der Sängerin Lana Del Rey konstruiert wird und die Art und Weise, wie diese bestimmten Formen der Inszenierung funktionieren, besser verständlich zu machen. Dieser Themenschwerpunkt hängt mit zahlreichen Faktoren zusammen. Es wurde versucht diese mit der Forschungsfrage zu kontextualisieren und möglichst umfangreich auf alle Zusammenhänge einzugehen.

Bei Lana Del Rey ist die Inszenierung ihres Auftretens mindestens so bedeutend wie ihre Musik. Betrachtet man künstlerische Produktionen von ihr, wie Musikvideos oder Live-Auftritte, zeichnet sich eine Wiederholung von bestimmten Gesten, Gesichtsausdrücken und Bewegungen ab. Die Themen ihrer Lieder wiederholen sich ebenfalls, somit scheint die Fiktion, die um sie aufgebaut ist vollständig.

Lana Del Rey ist ein gutes Beispiel, um die Pose besser verständlich zu machen. Sie hat nicht nur bestimmten Gesten, Bewegungen und Posen, die charakteristisch für ihre Rolle sind, sondern eine ganze Geschichte um sich herum aufgebaut, in der alles konstant zusammenhängt und sich wiederholt. Die Abbildungen von Lana Del Rey sind gleichartig: Sieht man irgendwo ein Bild von ihr, denkt man sofort an bestimmte Themen, die mit ihr verbunden werden. Ob Lana Del Reys Pose von ihr selbst oder von Marketing-Experten entwickelt wurde, kann man nicht genau bestimmen. Tatsächlich war die Änderung ihres Künstlernamens von ihrem tatsächlichen Namen Lizzy Grant zu Lana Del Rey teilweise ausschlaggebend für ihren großen kommerziellen Durchbruch. Für die Popmusik ist die Inszenierung der Pose ein wichtiger Faktor: Lana Del Rey hätte ohne diese ganz bestimmte Rolle, welche sie in der Öffentlichkeit verkörpert, vermutlich nie einen derartigen Erfolg gehabt. Im Gegensatz zu vielen Popstars, die sich ständig neu erfinden, bleibt die Sängerin ihrem Stil treu und es gibt zwischen ihren verschiedenen Veröffentlichungen nur dezente inhaltliche Unterschiede.

7 Quellenverzeichnis

Aronoff, Kate, "Lana Del Rey's America", in: *Dissent*, 4/64, 2017, EBSCOhost Education, <http://web.b.ebscohost.com.uaccess.univie.ac.at/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=3fede29d-68b9-4ddb-b089-175c8a8b69af%40sessionmgr101>, Zugriff: 07.08.2018, S.11-15.

Benjamin Walter, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*, dritte, autorisierte letzte Fassung, 1939, in: Benjamin, Walter, *Gesammelte Schriften*. Band I, Werkausgabe Band 2, herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1980, S. 471–508.

Benjamin, Walter, *Gesammelte Schriften*. Band I, Werkausgabe Band 2, herausgegeben von Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1980.

Benjamin, Walter, „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit (1934/35)“, in: Pias, Claus; Vogl, Joseph; Engell, Lorenz; Fahle, Oliver; Neitzel, Britta (Hrsg.), *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*, 6. Aufl., München: Deutsche Verlags-Anstalt, 2008, S.18-33.

Barthes, Roland, *Das Neutrum – Vorlesung am Collège de France 1977-1978*, Hg. von Eric Marty und Thomas Clerc, Deutsch von Horst Brühmann, Frankfurt/M.: Suhrkamp, 2005.

Barthes, Roland, *Mythen des Alltags – Vollständige Ausgabe*, aus dem Französischen von Horst Brühmann, Berlin: Suhrkamp, 2010.

Bleicher, Joan K.; Hicketier, Knut (Hrsg.), *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT Verlag, 2002.

Bonfadelli, Heinz; Friemel, Thomas N., *Medienwirkungsforschung*, 6. Aufl. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2017.

Brüstle, Christa (Hg.), *Pop-Frauen der Gegenwart. Körper – Stimme – Image. Vermarktungsstrategien zwischen Selbstinszenierung und Fremdbestimmung*, Bielefeld: transcript Verlag, 2015.

Butler, Judith, *Das Unbehagen der Geschlechter*, aus dem Amerikanischen von Kathrina Menke, Frankfurt/M.: Suhrkamp 1991.

Bühler, Gerhard, *Postmoderne auf dem Bildschirm auf der Leinwand. Musikvideos, Werbespots und David Lynchs Wild at Heart*, Filmstudien Hg. von Thomas Koebner, Band 24, Sankt Augustin: Gardez! Verlag, 2002.

Curtis, Robin, „Immersion und Einfühlung. Zwischen Repräsentationalität und Materialität bewegter Bilder“, in: *montage/av*, 17/2, 2008, S.89-107.

Diederichsen, Diedrich, *Über Pop-Musik*, Köln: Kiepenheuer & Witsch, 2014.

Diederichsen, Diedrich, *Körpertreffer: Zur Ästhetik der nachpopulären Künste*, Berlin: Suhrkamp, 2017.

Döller, Marcus, „Das artistische Potential der Populärkultur“, in: Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.), *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur Hrsg. v. Thomas Hecken Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010, S.143-158.

Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997.

Faulstich, Werner, „Von Elvis Presley bis Michael Jackson – Kleine Startypologie der Rockgeschichte“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.155-173.

Faulstich, Werner; Korte, Helmut; Lowry, Stephen; Strobel, Ricarda, „Kontinuität“ – zur Imagefundierung des Film- und Fernsehstars, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997. S.11-28.

Faulstich, Werner: *Medienkulturen*, München: Wilhelm Fink Verlag, 2000.

Fetveit, Arild, "Death, beauty, and iconoclastic nostalgia: Precarious aesthetics and Lana Del Rey", in: *NECSUS. European Journal of Media Studies*, 2/4, 30.09.2015, DOAJ Directory of Open Access Journals, [http://www.ingentaconnect.com.uaccess.univie.ac.at/content/aup/necsus/2015/00000004/00000002/art00012;jsessionid=283isog9h87cg.x-ic-live-02](http://www.ingentaconnect.com/uaccess.univie.ac.at/content/aup/necsus/2015/00000004/00000002/art00012;jsessionid=283isog9h87cg.x-ic-live-02), Zugriff: 07.08.2018, S.187-207.

Fischer-Lichte, Erika; Horn, Christian; Umathum, Sandra; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Performativität und Ereignis*, Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2003.

Fischer-Lichte, Erika, „Performativität und Ereignis“, in: Fischer-Lichte, Erika; Horn, Christian; Umathum, Sandra; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Performativität und Ereignis*, Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2003, S.11-37.

Fischer-Lichte, Erika, *Ästhetik des Performativen*, Frankfurt/Main: Suhrkamp 2004.

Fischer-Lichte, Erika; Horn, Christian; Pflug, Isabel; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Inszenierung von Authentizität*, 2. Aufl. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2007.

Fischer-Lichte, Erika, „Theatralität und Inszenierung“, in: Fischer-Lichte, Erika; Horn, Christian; Pflug, Isabel; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Inszenierung von Authentizität*, 2. Aufl. Tübingen und Basel: A. Francke Verlag, 2007, S.9-30.

Fricke, Jobst P., „Gestik im Spannungsfeld zwischen Ausdrucksbewegung und Darstellungserfolg“, in: Siegmund, Bert (Hrsg.), *Gestik und Affekt in der Musik des 17. Und 18. Jahrhunderts*. XXVIII. Internationale wissenschaftliche Arbeitstagung Michaelstein, 19. Bis 21. Mai 2000, Döbel: 2003, S.185-196.

Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.), *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur, Hrsg. v. Thomas Hecken, Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010.

Hickethier, Knut, „Vom Theaterstar zum Filmstar. Merkmale des Starwesens um die Wende vom neunzehnten zum zwanzigsten Jahrhundert“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.29-47.

Hickethier, Knut, „Das Kino und die Grenzen der Aufmerksamkeitsökonomie“, in: Bleicher, Joan K.; Hickethier, Knut (Hrsg.), *Aufmerksamkeit, Medien und Ökonomie*, Münster: LIT Verlag, 2002, S.149-166.

Hofer, Matthias; Wirth, Werner, „Präsenzerleben. Eine medienpsychologische Modellierung“, in: *montage/av* 17/2, 2008, S.159-175.

Horton, Donald; Wohl, Richard R., „Massenkommunikation und parasoziale Interaktion. Beobachtungen zu Intimität über Distanz“, in: Adelman, Ralf (Hg.), *Grundlagentexte zur Fernsehwissenschaft: Theorie - Geschichte – Analyse*, Konstanz: UVK-Verlags-Gesellschaft, 2002, S.74-104.

Jooß-Bernau, Christian, „Das Pop-Konzert als para-theatrale Form. Seine Varianten und seine Bedingungen im kulturell-öffentlichen Raum“, Diss., München, Univ., Theatron. Studien zur Geschichte und Theorie der dramatischen Künste, Hrsg. Von Balme, Christopher B.; Bayerdörfer, Hans-Peter; Borchmeyer, Dieter; Höfele, Andreas, Bd. 55, Berlin/New York: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG, 2010.

Kaplan, E. Ann: *Rocking around the Clock: Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*, London: Routledge, 1987.

Keller, Katrin, „Der Star und seine Nutzer“, Diss., Cultural Studies, Hg. von Rainer Winter, Bielefeld: transcript Verlag, 2008.

Knaller, Susanne, *Ein Wort aus der Fremde. Geschichte und Theorie des Begriffs Authentizität*, Heidelberg: Universitätsverlag Winter, 2007.

Knaller, Susanne; Müller, Harro (Hrsg.), *Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs*, München: Wilhelm Fink Verlag, 2006.

Knaller, Susanne; Müller, Harro, „Einleitung. Authentizität und kein Ende“, in: Knaller, Susanne; Müller, Harro (Hrsg.), *Authentizität. Diskussion eines ästhetischen Begriffs*, München: Wilhelm Fink Verlag, 2006, S.7-16.

Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.), *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2003.

Knieper, Thomas; Müller, Marion G., „Vorwort“, in: Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.), *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2003.

Laux, Lothar; Spielhagen, Caroline; Renner, Karl-Heinz, „Persönlichkeitseigenschaften als Selbstdarstellungsprodukte: Vom Ereignis zur Eigenschaft“, in: Fischer-Lichte, Erika; Horn, Chrisitan; Umathum, Sandra; Warstat, Matthias (Hrsg.), *Performativität und Ereignis*, Tübingen u.a.: Francke, 2003, S.243-258.

Owens, Craig, „Posieren“, in: Wolf, Herta (Hrsg.), unter Mitarbeit von Susanne Holschbach, Jens Schröter, Claire, Zimmer und Thomas Falk, *Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende fotografischen Zeitalters*, Band 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag, 2003, S.92-114.

Pias, Claus; Vogl, Joseph; Engell, Lorenz; Fahle, Oliver; Neitzel, Britta (Hrsg.), *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*, 6. Aufl., München: Deutsche Verlags-Anstalt, 2008.

Pinto, Vito, „Geboren, um zu sterben. Lana del Reys melodramatischer American Dream“, in: Brüstle, Christa (Hg.), *Pop-Frauen der Gegenwart. Körper – Stimme – Image. Vermarktungsstrategien zwischen Selbstinszenierung und Fremdbestimmung*, Bielefeld: transcript Verlag, 2015, S.115-133.

Riemann, Silke, „Die Inszenierung von Popmusikern als Popstars in Videoclips. Eine Untersuchung anhand der Videoclip-Kompilationen ‚US‘ – Peter Gabriel (1993) ‚HIStory‘ – Michael Jackson (1995) und ‚Greatest Flix II‘ – Queen (1991)“, Diss., 1. Aufl., Berlin: Pharus Verlag, 1998.

Siegmund, Bert (Hrsg.), *Gestik und Affekt in der Musik des 17. Und 18. Jahrhunderts*. XXVIII. Internationale wissenschaftliche Arbeitstagung Michaelstein, 19. Bis 21. Mai 2000, Döβel: 2003.

Schultz, Tanjev, „Alles inszeniert und nichts authentisch? Visuelle Kommunikation in den vielschichtigen Kontexten von Inszenierung und Authentizität“, in: Knieper, Thomas; Müller, Marion G. (Hrsg.), *Authentizität und Inszenierung von Bilderwelten*, Köln: Herbert von Halem Verlag, 2003, S.10-24.

Shuker, Roy, *Understanding popular Music*, London: Routledge, 1997.

Sommer, Carlo Michael, „Stars als Mittel der Identitätskonstruktion. Überlegungen zum Phänomen des Star-Kults aus sozialpsychologischer Sicht“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.114-124.

Steenblock, Volker: „Bemerkungen zur Popkultur“, in: Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.) *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur Hrsg. v. Thomas Hecken, Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010. S.193-202.

Thiele, Jens, „Künstlerisch-mediale Zeichen der Starinszenierung“, in: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung*, München: Wilhelm Fink Verlag, 1997, S.136-145.

Ulama, Nisaar, „‘Pop ist philosophische Kunst‘ Hegel, Danto und die Postmoderne.“, in: Hecken, Thomas; Wrzesinski (Hrsg.), *Philosophie und Popkultur*, Schriften zur Popkultur, Hrsg. v. Thomas Hecken, Band 5, Bochum: Posth Verlag, 2010, S.127-142.

Vannini, Phillip, "The Meanings of a Star: Interpreting Music Fans' Reviews", in: *Symbolic Interaction* Vol.27/1, 2004, ProQuest Sociology Database, <https://search-proquest-com.uaccess.univie.ac.at/docview/224801723?accountid=14682>, 21.04.2018, S.47-69.

Voss, Christiane, „Fiktionale Immersion“, in: *montage/av* 17/2, 2008, S.69-86.

Wenzel, Harald (Hrsg.), *Die Amerikanisierung des Medienalltags*, Nordamerikastudien, Bd. 4, Frankfurt/Main; New York: Campus Verlag, 1998.

Wenzel, Harald, „Obertanen. Zur soziologischen Bedeutung von Prominenz“, in: *Leviathan*. 28. Jahrgang, Nr. 4. 2000. S.452-476.

Wippersberg, Julia, „Prominenz. Entstehung, Erklärungen, Erwartungen“, Diss., Forschungsfeld Kommunikation Bd. 25, hg. von Walter Hömberg, Heinz Pürer und Roger Blum, Konstanz: UKH Verlagsgesellschaft mbH, 2007.

Wolf, Herta (Hrsg.) Unter Mitarbeit von Susanne Holschbach, Jens Schröter, Claire, Zimmer und Thomas Falk, *Diskurse der Fotografie. Fotokritik am Ende fotografischen Zeitalters*, Band 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag, 2003.

7.1 Internetquellen

Fuchs, Christian, *Schönes Sterben. Erste Höreindrücke von Lana Del Rey's Debütalbum „Born To Die“*, 2012, <http://fm4v3.orf.at/stories/1693730/index.html>, Zugriff: 07.08.2018.

Trendell, Andrew, "Lana Del Rey responds to fan theory of story between all of her album covers", *NME*, 25.07.2017, <http://www.nme.com/news/music/lana-del-rey-confirms-fan-theory-story-album-covers-2116043>, Zugriff: 20.06.2018.

Lana Del Rey Interview - Poolside at The Chateau Marmont, 2013;
<https://www.youtube.com/watch?v=7jkrRBxTCJ0>, Zugriff: 20.08.2018.

Lana Del Rey On "Lust for Life," Avoiding Cultural Appropriation, and Politics | The Complex Cover, USA 2017;
<https://www.youtube.com/watch?v=q3ReJi0bXCs>, Zugriff: 30.07.18.

Konzert-Mitschnitt aus Minneapolis, Zugriff: 30.06.2018,
<https://www.youtube.com/watch?v=ZzqoY6VIPeU>

<https://www.azlyrics.com/lyrics/lanadelrey/borntodie.html>

<https://www.songtexte.com/songtext/ana-del-rey/blue-jeans-7be972a0.html>

<https://genius.com/Lana-del-rey-ride-monologue-lyrics>

<https://www.azlyrics.com/lyrics/lanadelrey/ride.html>

<https://www.azlyrics.com/lyrics/lanadelrey/whentheworldwasatwarwekeptdancing.html>

<https://www.azlyrics.com/lyrics/lanadelrey/summertimesadness.html>

<https://www.azlyrics.com/lyrics/lanadelrey/nationalanthem.html>

<https://www.azlyrics.com/lyrics/lanadelrey/videogames.html>

<https://www.youtube.com/>

<https://vimeo.com/de/>

7.1.1 Plattencover

Abbildung 1: https://www.musikexpress.de/wp-content/uploads/2012/01/25/14/ana-del-rey-born-to-die-608x608_BINARY_132059.jpg

Abbildung 2: http://1.bp.blogspot.com/-Qqk4Eiasc8Y/UJfQPIbXJWI/AAAAAAAAAEs/IT4VNV1kUzI/s1600/Lana_Del_Rey.jpg

Abbildung 3: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/7181q6sodPL._SY355_.jpg

Abbildung 4: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51i868go3ML._SY355_.jpg

Abbildung 5: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51capgkdfdL._SY355_.jpg

7.1.2 Songs

Lana Del Rey, *Blue Jeans*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2012.

Lana Del Rey, *Born to Die*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2011.

Lana Del Rey, *National Anthem*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2012.

Lana Del Rey, *Ride*, Audio-CD, *Born to Die – The Paradise Edition*, Interscope/Polydor: 2012.

Lana Del Rey, *Summertime Sadness*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2012.

Lana Del Rey, *Video Games*, Audio-CD, *Born to Die*, Interscope/Polydor: 2011.

Lana Del Rey, *When the World Was at War We Kept Dancing*, Audio-CD, *Lust for Life*, Interscope/Polydor: 2017.

7.1.3 Musikvideos

Video Games, Lana Del Rey, Regie: Lana Del Rey, USA: Interscope/Polydor/Vertigo 2011.

Born to Die, Lana Del Rey, Regie: Yoann Lemoine, USA: Interscope/Polydor 2011.

National Anthem, Lana Del Rey, Regie: Anthony Mandler, USA:
Interscope/Polydor 2012.

Ride, Lana Del Rey, Regie: Anthony Mandler, USA: Black Hand Cinema
2012.

Summertime Sadness, Lana Del Rey, Regie: Kyle Newman/Spencer
Susser, USA: Interscope/Polydor 2012.

Summer Wine, Lana Del Rey, Regie: Lana Del Rey, USA:
Interscope/Polydor 2013.

8 Anhang

8.1 Abbildungen



Abbildung 1: *Born to Die*



Abbildung 2: *Paradise EP*

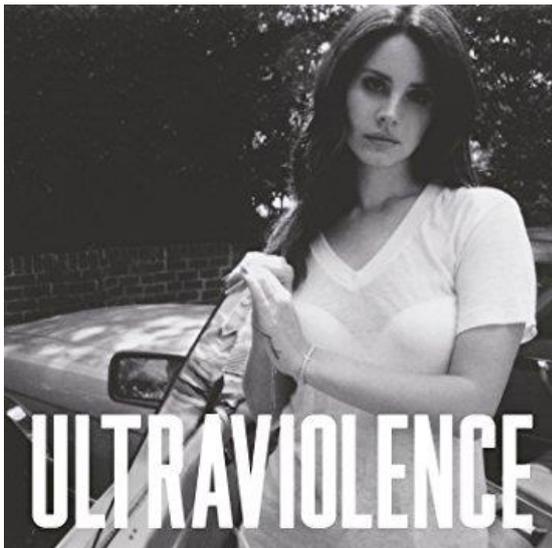


Abbildung 3: *Ultraviolence*

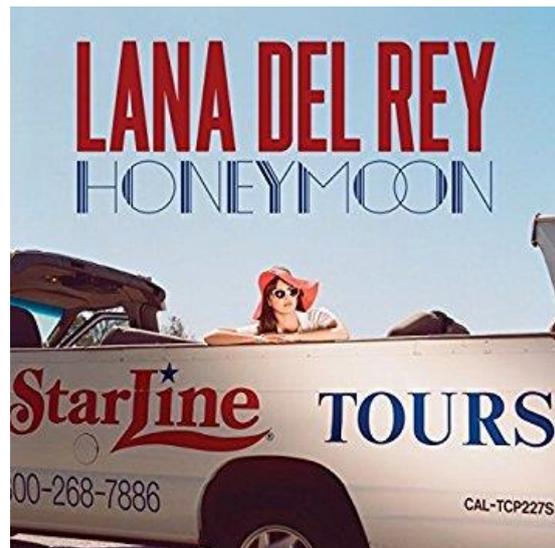


Abbildung 4: *Honeymoon*



Abbildung 5: *Lust for Life*

8.2 Songtexte

Born to Die

Why? Who me? Why?

Feet don't fail me now
Take me to the finish line
Oh my heart it breaks every step that I take
But I'm hoping at the gates,
They'll tell me that you're mine

Walking through the city streets
Is it by mistake or design?
I feel so alone on a Friday night
Can you make it feel like home, if I tell you you're mine?
It's like I told you honey

Don't make me sad, don't make me cry
Sometimes love is not enough and the road gets tough
I don't know why
Keep making me laugh, let's go get high
The road is long, we carry on
Try to have fun in the meantime

Come and take a walk on the wild side
Let me kiss you hard in the pouring rain
You like your girls insane
Choose your last words
This is the last time
'Cause you and I, we were born to die

Lost but now I am found
I can see but once I was blind
I was so confused as a little child
Tried to take what I could get
Scared that I couldn't find
All the answers honey

Don't make me sad, don't make me cry
Sometimes love is not enough and the road gets tough
I don't know why
Keep making me laugh
Let's go get high
The road is long, we carry on
Try to have fun in the meantime

Come and take a walk on the wild side
Let me kiss you hard in the pouring rain
You like your girls insane
Choose your last words,
This is the last time
'Cause you and I
We were born to die
We were born to die
We were born to die

Come and take a walk on the wild side
Let me kiss you hard in the pouring rain

You like your girls insane

So don't make me sad, don't make me cry
Sometimes love is not enough and the road gets tough
I don't know why
Keep making me laugh
Let's go get high
The road is long, we carry on
Try to have fun in the meantime

Come and take a walk on the wild side
Let me kiss you hard in the pouring rain
You like your girls insane...
Choose your last words,
This is the last time
'Cause you and I
We were born to die

Blue Jeans

Blue jeans, white shirt
Walked into the room, you know you make my eyes burn
It was like, James Dean, for sure
You're so fresh to death and sick as ca-cancer
You were sorta punk rock, I grew up on hip hop
But you fit me better than my favourite sweater and I know
That love is mean, and love hurts
But I still remember that day we met in December, oh baby!

I will love you till the end of time
I would wait a million years
Promise you'll remember that you're mine
Baby can you see through the tears?
Love you more than those bitches before
Say you'll remember, oh baby, say you'll remember, oh baby, ooh
I will love you till the end of time

Big dreams, gangsta
Said you had to leave to start your life over
I was like – no please, stay here
We don't need no money, we can make it all work
But he headed out on Sunday, said he'd come home Monday
I stayed up waitin', anticipatin' and pacin' but he was chasing paper
Caught up in the game – that was the last I heard

I will love you till the end of time
I would wait a million years
Promise you'll remember that you're mine
Baby can you see through the tears?
Love you more than those bitches before
Say you'll remember, oh baby, say you'll remember, oh baby, ooh
I will love you till the end of time

You went out every night, and baby that's alright
I told you that no matter what you did, I'd be by your side
'Cause I'mma ride or die, whether you fail or fly
Well, shit, at least you tried
But when you walked out that door, a piece of me died

I told you I wanted more, but that's not what I had in mind
I just want it like before, we were dancin' all night
Then they took you away, stole you out of my life
You just need to remember...

I will love you till the end of time
I would wait a million years
Promise you'll remember that you're mine
Baby can you see through the tears?
Love you more than those bitches before
Say you'll remember, oh baby, say you'll remember, oh baby, ooh
I will love you till the end of time

Ride

[Pre-Song]

I was in the winter of my life
And the men I met along the road were my only summer
At night I fell asleep with visions of myself dancing and laughing and crying with them
Three years down the line of being on an endless world tour and my memories of them
were the only things that sustained me
And my only real happy times

I was a singer
Not a very popular one
I once had dreams of becoming a beautiful poet
But upon an unfortunate series of events saw those dreams dashed and divided like a
million stars in the night sky
That I wished on over and over again, sparkling and broken
But I didn't really mind because I knew that it takes getting everything you ever wanted
and then losing it to know what true freedom is

When the people I used to know found out what I had been doing how I had been living,
they asked me why, but there's no use in talking to people who have a home
They have no idea what its like to seek safety in other people
For home to be wherever you lie your head

I was always an unusual girl
My mother told me that I had a chameleon soul
No moral compass pointing me due north
No fixed personality
Just an inner indecisiveness that was as wide and as wavering as the ocean
And if I said I didn't plan for it to turn out this way I'd be lying

Because I was born to be the other woman
Who belonged to no one
Who belonged to everyone
Who had nothing
Who wanted everything
With a fire for every experience and an obsession for freedom that terrified me to the
point that I couldn't even talk about it
And pushed me to a nomadic point of madness that both dazzled and dizzied me

[Song]

I've been out on that open road
You can be my full time daddy,
White and gold
Singing blues has been getting old
You can be my full-time baby,
Hot or cold

Don't break me down
I've been travelin' too long
I've been trying too hard
With one pretty song

I hear the birds on the summer breeze,
I drive fast, I am alone in midnight
Been tryin' hard not to get into trouble,
But I, I've got a war in my mind
So, I just ride, just ride,
I just ride, just ride

Dying young and I'm playing hard
That's the way my father made his life an art
Drink all day and we talk 'til dark
That's the way the road dogs do it: ride 'til dark.

Don't leave me now
Don't say good-bye
Don't turn around
Leave me high and dry

I hear the birds on the summer breeze,
I drive fast, I am alone in midnight
Been tryin' hard not to get into trouble,
But I, I've got a war in my mind
I just ride, just ride,
I just ride, just ride

I'm tired of feeling like I'm fucking crazy
I'm tired of driving 'til I see stars in my eyes
All I've got to keep myself sane, baby
So I just ride, I just ride

I hear the birds on the summer breeze,
I drive fast, I am alone in midnight
Been tryin' hard not to get into trouble,
But I, I've got a war in my mind
I just ride, just ride,
I just ride, I just ride

[Post-Song]

Every night I used to pray that I'd find my people
And finally I did
On the open road
We had nothing to lose, nothing to gain, nothing we desired anymore
Except to make our lives into a work of art

Live fast
Die young
Be wild

And have fun

I believe in the country America used to be
I believe in the person I want to become
I believe in the freedom of the open road
And my motto is the same as ever
"I believe in the kindness of strangers"

And when I'm at war with myself
I ride
I just ride

Who are you?
Are you in touch with all of your darkest fantasies?
Have you created a life for yourself where you can experience them?

I have
I am fucking crazy
But I am free

When the World Was at War We Kept Dancing

Girls, don't forget your pearls
And all of your horses
As you make your way across the pond
Girls, don't forget your curls
And all of your corsets
Memorize them in a little song

Shake it up
Throw your hands up and get loose
Cut a rug
Lean into the fucking youth
We just want the fucking truth
(Told by the fake news)

Is it the end of an era?
Is it the end of America?
Is it the end of an era?
Is it the end of America?

No, it's only the beginning
If we hold on to hope
We'll have a happy ending
When the world was at war before
We just kept dancing
When the world was at war before
We just kept dancing

Boys, don't forget your toys
And take all of your money
If you find you're in a foreign land
Boys, don't make too much noise
And don't try to be funny
Other people may not understand

Shake it up

Throw your hands up and get loose
Cut a rug
Lean into the fucking youth
We just want the fucking truth
(Told by the fake news)

Is it the end of an era?
Is it the end of America?
Is it the end of an era?
Is it the end of America?

No, it's only the beginning
If we hold on to hope
We'll have a happy ending
When the world was at war before
We just kept dancing
When the world was at war before
We just kept dancing

And we'll do it again
(Oh my god, did it from loving you)
Gonna do it again
(Oh my god, did it from loving you)
We'll do it again
(Did it from, did it from loving you)
We'll do it again
(When the world was at war)

Is it the end of an era?
Is it the end of America?
Is it the end of an era?
Is it the end of America?

When the world was at war before
We just kept dancing
When the world was at war before
We just kept dancing

And we'll do it again
And we'll do it again

Summertime Sadness

Kiss me hard before you go
Summertime sadness
I just wanted you to know
That, baby, you're the best

I got my red dress on tonight
Dancing in the dark in the pale moonlight
Done my hair up real big beauty queen style
High heels off, I'm feeling alive

Oh, my God, I feel it in the air
Telephone wires above are sizzling like a snare
Honey, I'm on fire, I feel it everywhere
Nothing scares me anymore

(1, 2, 3, 4)

Kiss me hard before you go
Summertime sadness
I just wanted you to know
That, baby, you're the best

I got that summertime, summertime sadness
S-s-summertime, summertime sadness
Got that summertime, summertime sadness
Oh, oh, oh, oh, oh

I'm feelin' electric tonight
Cruising down the coast goin' 'bout 99
Got my bad baby by my heavenly side
I know if I go, I'll die happy tonight

Oh, my God, I feel it in the air
Telephone wires above are sizzling like a snare
Honey, I'm on fire, I feel it everywhere
Nothing scares me anymore

(1, 2, 3, 4)

Kiss me hard before you go
Summertime sadness
I just wanted you to know
That, baby, you're the best

I got that summertime, summertime sadness
S-s-summertime, summertime sadness
Got that summertime, summertime sadness
Oh, oh, oh, oh, oh

Think I'll miss you forever
Like the stars miss the sun in the morning sky
Later's better than never
Even if you're gone I'm gonna drive (drive, drive)

I got that summertime, summertime sadness
S-s-summertime, summertime sadness
Got that summertime, summertime sadness
Oh, oh, oh, oh, oh

Kiss me hard before you go
Summertime sadness
I just wanted you to know
That, baby, you're the best

I got that summertime, summertime sadness
S-s-summertime, summertime sadness
Got that summertime, summertime sadness
Oh, oh, oh, oh, oh

Video Games

Swinging in the backyard
Pull up in your fast car
Whistling my name

Open up a beer
And you say, "Get over here
And play a video game."

I'm in his favorite sun dress
Watching me get undressed
Take that body downtown

I say, "You the bestest."
Lean in for a big kiss
Put his favorite perfume on

Go play a video game

It's you, it's you, it's all for you
Everything I do
I tell you all the time
Heaven is a place on earth with you
Tell me all the things you wanna do
I heard that you like the bad girls
Honey, is that true?
It's better than I ever even knew
They say that the world was built for two
Only worth living if somebody is loving you
Baby, now you do

Singing in the old bars
Swinging with the old stars
Living for the fame

Kissing in the blue dark
Playing pool and wild darts
Video games

He holds me in his big arms
Drunk and I am seeing stars
This is all I think of

Watching all our friends fall
In and out of Old Paul's
This is my idea of fun
Playing video games

It's you, it's you, it's all for you
Everything I do
I tell you all the time
Heaven is a place on earth with you
Tell me all the things you wanna do
I heard that you like the bad girls
Honey, is that true?
It's better than I ever even knew
They say that the world was built for two
Only worth living if somebody is loving you

Baby, now you do

Now you do
Now you do
Now you do

Now, now you do
Now you do
Now you do

It's you, it's you, it's all for you
Everything I do
I tell you all the time
Heaven is a place on earth with you
Tell me all the things you wanna do
I heard that you like the bad girls
Honey, is that true?
It's better than I ever even knew
They say that the world was built for two
Only worth living if somebody is loving you
Baby, now you do

Now, Now you do
Now you do
Now you do
(Now you do)
Now, Now you do
Now you do
Now you do

National Anthem

[Music video prelude:]
Happy Birthday to you
Happy Birthday to you
Happy Birthday, Mr. President
Happy Birthday to you
Thanks, Mr. President
For all the things you've done
The battles that you've won
The way you deal with US Steel and our problems by the ton
We thank you so much
Everybody

[Song]
Money is the anthem
Of success
So before we go out
What's your address?

I'm your National Anthem
God, you're so handsome
Take me to the Hamptons
Bugatti Veyron

He loves to romance them
Reckless abandon

Holdin' me for ransom
Upper echelon

He says to "be cool" but
I don't know how yet
Wind in my hair
Hand on the back of my neck
I said, "Can we party later on?"
He said, "Yes, yes, yes"

Tell me I'm your National Anthem
Booyah, baby, bow down
Making me say wow now
Tell me I'm your National Anthem
Sugar, sugar, how now
Take your body downtown
Red, white, blue is in the sky
Summer's in the air and
Baby, heaven's in your eyes
I'm your National Anthem

Money is the reason
We exist
Everybody knows it, it's a fact
Kiss, kiss

I sing the National Anthem
While I'm standing over your body
Hold you like a python
And you can't keep your hands off me
Or your pants on
See what you've done to me
King of Chevron

He said to "be cool" but
I'm already coolest
I said to "get real",
"Don't you know who you're dealing with?"
Um, do you think you'll buy me lots of diamonds?"

Tell me I'm your National Anthem
Booyah baby, bow down
Making me say wow now
Tell me I'm your National Anthem
Sugar, sugar, how now
Take your body downtown
Red, white, blue is in the sky
Summer's in the air and
Baby, heaven's in your eyes
I'm your National Anthem

It's a love story for the new age
For the sixth page
We're on a quick sick rampage
Wining and dining
Drinking and driving
Excessive buying
Overdose and dyin'
On our drugs and our love
And our dreams and our rage

Blurring the lines between real and the fake
Dark and lonely
I need somebody to hold me
He will do very well
I can tell, I can tell
Keep me safe in his bell tower, hotel

Money is the anthem of success
So put on mascara, and your party dress

I'm your National Anthem
Boy, put your hands up
Give me a standing ovation
Boy, you have landed
Babe, in the land of
Sweetness and Danger
Queen of Saigon

Tell me I'm your National Anthem
Booyah, baby, bow down
Making me say wow now
Tell me I'm your National Anthem
Sugar, sugar, how now
Take your body down town
Red, white, blue is in the sky
Summer's in the air and
Baby, heaven's in your eyes
I'm your National Anthem

Money is the anthem
God, you're so handsome
Money is the anthem
Of success

Money is the anthem
God, you're so handsome
Money is the anthem
Of success

Money is the anthem
God, you're so handsome
Money is the anthem
Of success

Money is the anthem
God, you're so handsome
Money is the anthem
Of success

[Music video spoken ending:]

And I remember when I met him.
It was so clear that he was the only one for me.
We both knew right away.
And as the years went on things got more difficult,
We were faced with more challenges.
I begged him to stay,
Tried to remember what we had in the beginning.
He was charismatic, magnetic, electric, and everybody knew him
When he walked in every woman's head turned.
Everyone stood up to talk to him.

He was like this hybrid, this mix of a man who couldn't contain himself.
I always got the sense that he became torn between being a good person and missing out on all of the opportunities that life could offer a man as magnificent as him.
And in that way, I understood him.
And I loved him, I loved him, I loved him, I loved him.
And I still love him, I love him.

8.3 Abstract

Betrachtet man die verschiedensten Arten von Medien ist auffallend, dass hier eine Vielzahl an Stars präsentiert und inszeniert werden. Diese Stars haben ein bestimmtes Image und eine Pose, die für sie charakteristisch sind. Die Medienkonsumenten haben bestimmte Ideen, um welche fiktiven Menschen es sich dabei handeln könnte und welche Haltungen sie einnehmen. Diese Arbeit hat sich das Ziel gesetzt die Pose und das Image der Popsängerin Lana Del Rey zu untersuchen und darzulegen, wie ihre Persona in der Öffentlichkeit inszeniert wird. Im Kontext mit dem Thema tauchen zahlreiche Fragen auf, wie etwa nach den Begriffen Star, Authentizität und Inszenierung, welche geklärt werden müssen. Auch die wiederkehrenden Themen der Sängerin, ihre Darstellung in den Medien, in ihren Live-Auftritten und die Beziehungen zu den Fans muss zur Beantwortung der Forschungsfrage behandelt werden. Abschließend werden die vier ausgewählten Musikvideos *Video Games*, *Born to Die*, *National Anthem* und *Ride* in Hinblick auf den Themenschwerpunkt analysiert.