



Ostbayerische Technische Hochschule
Amberg-Weiden

Fakultät Elektrotechnik, Medien und Informatik

Medientechnik und Medienproduktion

Masterarbeit

von

Moritz Knoche

Produktion eines Musikvideos mit ASMR-Technik



Fakultät Elektrotechnik, Medien und Informatik

Medientechnik und Medienproduktion

Masterarbeit

von

Moritz Knoche

Produktion eines Musikvideos mit ASMR-Technik

Erstbetreuer:

Prof. Dr. Dipl.-Ing. Maximilian Kock

Zweitbetreuer:

M. Eng. Veit Stephan

Bearbeitungszeitraum:

23.05.2022 bis 22.11.2022

Masterarbeit Zusammenfassung

Student (Name, Vorname):	Knoche, Moritz
Studiengang:	Medientechnik und Medienproduktion
Aufgabensteller, Professor:	Prof. Dr. Dipl.-Ing. Maximilian Kock
Zweitprüfer:	M. Eng Veit Stephan
Durchgeführt in (Hochschule):	OTH Amberg-Weiden

Ausgabedatum: 23.05.2022

Abgabedatum: 22.11.2022

Titel:

Produktion eines Musikvideos mit ASMR-Technik

Zusammenfassung:

ASMR bezeichnet ein entspannendes, kribbelndes Gefühl im Körper, das durch bestimmte Sinnesreize ausgelöst werden kann. Auf Video-Plattformen im Internet werden zahlreiche sogenannte ASMR-Videos angeschaut, die solche Sinnesreize beinhalten und beim Zuschauer ASMR auslösen. In dieser Arbeit werden zwei Musikvideos mit ASMR-Technik produziert und im Anschluss mithilfe einer Befragung untersucht, ob diese beim Zuschauer, ähnlich wie ASMR-Videos, ASMR auslösen können.

Schlüsselwörter:

ASMR, Musikvideo, Audioproduktion, Videoproduktion, Social Media

Bestätigung gemäß § 12 APO

Name und Vorname des Studenten: **Knoche, Moritz**

Studiengang: **Medientechnik und Medienproduktion**

Ich bestätige, dass ich die Masterarbeit mit dem Titel:

Produktion eines Musikvideos mit ASMR-Technik

selbständig verfasst, noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, keine anderen als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel benützt sowie wörtliche und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe.

Datum: 22.11.2022

Unterschrift:

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei Prof. Dr. Dipl.-Ing. Maximilian Kock und M. eng. Veit Stephan bedanken, die diese Arbeit nicht nur begutachtet haben, sondern mich auch über den gesamten Erstellungsprozess der Arbeit betreut und mir stets konstruktive Kritik und hilfreiche Anregungen gegeben haben.

Ein besonderer Dank geht an meine Freunde Leon Martin und Julia-Marie Nolte, die mich bei der Produktion der Musikvideos unterstützt haben und ohne die diese Arbeit nicht zustande gekommen wäre.

Ebenfalls möchte ich den zahlreichen Befragungsteilnehmern für ihre Zeit und ihr Engagement danken.

Vorwort

Das in dieser Arbeit gewählte generische Maskulinum bezieht sich zugleich auf die männliche, die weibliche und andere Geschlechteridentitäten. Zur besseren Lesbarkeit wird auf die Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Alle Geschlechteridentitäten werden ausdrücklich mitgemeint, soweit die Aussagen dies erfordern.

Inhalt

1	Einleitung.....	10
2	ASMR	13
2.1	Definition	13
2.2	Geschichte	14
2.2.1	Erste Erwähnungen.....	14
2.2.2	Die ersten ASMR-Videos.....	15
2.2.3	Prägung des Begriffs	16
2.2.4	Erste wissenschaftliche Studien	16
2.2.5	ASMR-Phänomen auf YouTube	17
2.3	Sinnesreize.....	19
2.3.1	Häufige Trigger	19
2.3.2	Orale Trigger	20
2.3.3	Persönliche Aufmerksamkeit.....	20
2.3.4	Geräusche und Töne.....	21
2.4	Wirkung	21
2.4.1	Das Gefühl	22
2.4.2	Auswirkung auf Stimmung.....	24
2.4.3	Entspannung und Schlaf	25
2.4.4	Gehirnaktivität.....	27
2.4.5	Musical chills.....	27
2.5	ASMR in Musik.....	28
2.5.1	Billie Eilish	28
2.5.2	Geflüsterter Gesang.....	30
3	Videografie	33
3.1	ASMR-Videos	33
3.1.1	Trigger.....	33
3.1.2	Eigenschaften	34
3.1.3	Audio.....	36
3.1.4	Aufnahmetechnik	37
3.1.5	Atmosphäre	38
3.2	Musikvideos.....	38
3.2.1	Definition	38

3.2.2	Geschichte	39
3.2.3	Arten von Musikvideos	40
4	Produktion der Musikvideos	42
4.1	Konzept.....	42
4.2	Version 1 (Priorität: ASMR)	43
4.2.1	Audioproduktion.....	43
4.2.2	Videoproduktion.....	46
4.3	Version 2 (Priorität: Musik)	48
4.3.1	Audioproduktion.....	48
4.3.2	Videoproduktion.....	49
5	Untersuchung.....	52
5.1	Durchführung.....	52
5.2	Auswertung.....	56
5.2.1	Allgemeine Fragen zur Person und ASMR	56
5.2.2	Fragen zu den Musikvideos	60
5.2.3	„Wie haben Sie sich beim Schauen des Videos gefühlt?“	60
5.2.4	„Wie war es für Sie das Video anzuschauen?“	63
5.2.5	„Wie fühlen Sie sich insgesamt nach dem Schauen des Videos im Vergleich zu vorher?“	65
5.2.6	„Welche der folgenden Gefühle und Körperreaktionen haben Sie beim Schauen des Videos verspürt?“	66
5.2.7	„Welche Reize haben die empfundenen Gefühle bei Ihnen ausgelöst?“	68
5.2.8	„Beurteilen Sie die folgenden Aussagen.“	70
6	Fazit	73
6.1	Zusammenfassung der Ergebnisse	73
6.2	Ausblick.....	75
7	Literaturverzeichnis.....	76
8	Glossar.....	81
9	Abbildungsverzeichnis.....	82
10	Digitaler Anhang.....	84

1 Einleitung

Das deutsche Alphabet umfasst insgesamt 30 Buchstaben. Vier davon haben es in den letzten Jahren geschafft einen Hype im Internet auszulösen. Auf der ganzen Welt wird darüber gesprochen und diskutiert. Die Menschen sind entweder fasziniert oder angewidert. Ein Bereich dazwischen existiert fast nicht. Die Buchstabenreihe erzeugt Aufsehen, sie ruft Begeisterung hervor, sorgt für Verwunderung und schafft Heilung. Es gibt viele Meinungen über die vier Zeichen lange Abkürzung, aber wenig Wissen. Sie ist neu und daher mysteriös: ASMR.

Autonomous Sensory Meridian Response, was ASMR ausgeschrieben heißt, ist ein Phänomen, das erst seit wenigen Jahren bekannt ist und vor allem durch das Internet und YouTube an Aufmerksamkeit gewonnen hat. Letztendlich steht das Akronym für ein Gefühl, genauer eine Reaktion des Körpers, die durch bestimmte Sinnesreize, wie sanftes Flüstern, klopfende und knisternde Geräusche oder persönliche Zuwendung ausgelöst wird. Die wenigen Menschen, die ASMR erfahren können, beschreiben das Gefühl als ein angenehmes Kribbeln im Hinterkopf, das sich über den gesamten Körper ausbreiten kann.

Viele der Menschen, die ASMR erfahren können, schauen sich auf Video-Plattformen im Internet sogenannte „ASMR-Videos“ an, in denen gezielt verschiedene Reize eingesetzt werden, um beim Zuschauer und Zuhörer ASMR auszulösen. Aber auch Menschen, die ASMR nicht erfahren können, schauen diese Art von Videos beispielsweise zum Entspannen. Die Klickzahlen der Videos liegen teilweise im Millionenbereich.

Ziel dieser Arbeit ist es, einen Schritt weiter zu denken und herauszufinden, ob und wie es möglich ist, ein Musikvideo mit ASMR-Technik zu produzieren, das sowohl Eigenschaften und Reize eines typischen ASMR-Videos enthält und gleichzeitig als Musikvideo zu erkennen ist. Weitergehend wird der Frage nachgegangen, ob es machbar ist, den gleichen Effekt, den ASMR-Videos auslösen, auch mit diesem Musikvideo zu erzielen, das speziell ASMR-wirksam produziert ist. Dafür wird mittels einer Befragung untersucht, wie solch ein Musikvideo auf Menschen wirkt, die ASMR erfahren können und wie es auf Menschen wirkt, die kein ASMR erfahren können.

Um diesen Fragen nachzugehen, ist es im ersten Schritt notwendig mithilfe des aktuellen Forschungsstands zu klären, was ASMR ist, wodurch es ausgelöst wird und welche Auswirkungen es auf den Körper und den Gemütszustand hat. Im nächsten Schritt wird das Musikvideo mit ASMR-Technik produziert. Während der Erstellung der Arbeit hat sich gezeigt, dass es sinnvoll ist, statt einem Musikvideo zwei unterschiedliche Versionen eines solchen Musikvideos zu produzieren. Daher werden mit dem gesammelten Wissen zwei verschiedene Songs produziert, die ASMR-auslösende Elemente wie Flüstern und bestimmte Geräusche enthalten. Zu den fertigen Songs wird anschließend jeweils ein passendes Musikvideo gedreht. Das erste Musikvideo ähnelt dabei sehr den typischen ASMR-Videos. Und auch der dazugehörige Song ist so produziert, dass die ASMR-auslösenden Reize im Vordergrund stehen und der musikalische Anteil eher im Hintergrund. Beim zweiten Musikvideo ist dies genau andersherum. Dort steht die Musik im Vordergrund und die ASMR-Elemente spielen eher eine sekundäre Rolle. Durch die Produktion zweier Musikvideos statt nur einem, kann später durch einen Vergleich untersucht werden, inwiefern sich die zwei Versionen in ihrer Wirkung auf die Zuschauer unterscheiden und welche Herangehensweise sich möglicherweise besser eignet, um ASMR beim Rezipienten auszulösen.

Um dies richtig und gezielt umzusetzen, ist es wichtig im Vorhinein festzustellen, wie ASMR-Videos aufgebaut sind und welche Merkmale sie aufweisen. Gleiches gilt für klassische Musikvideos.

Abschließend werden die zwei produzierten Musikvideos 75 Probanden innerhalb einer Online-Umfrage gezeigt. Nachdem sie das jeweilige Video geschaut haben, beantworten die Teilnehmer Fragen in Bezug auf ihre psychischen und physischen Reaktionen beim Schauen und Hören des jeweiligen Musikvideos. Die Ergebnisse werden im Anschluss daran ausgewertet.

Diese Arbeit ist in gewisser Weise ein Experiment und dient dazu, die Grenzen und Möglichkeiten von ASMR zu erforschen und auszutesten. Im Fokus der Arbeit liegt deshalb vor allem auch die Produktion der Songs und Videos. Das Ziel der darauffolgenden Befragung ist es, einen Eindruck davon zu bekommen, wie die zwei verschiedenen Versionen eines ASMR-Songs inklusive Video von den Befragten wahrgenommen werden und was sie bei ihnen auslösen.

Im besten Fall ist das Ergebnis ein weiterer wichtiger Schritt in der Forschung von ASMR und gibt eine Richtung vor, für das, was in Zukunft mit ASMR noch möglich ist.

2 ASMR

Das Phänomen ASMR ist noch nicht allzu lange bekannt. Es ist mit hoher Wahrscheinlichkeit dem Internet zu verdanken, dass dieses Phänomen es überhaupt zu allgemeiner Bekanntheit geschafft hat. Durch das Teilen persönlicher Erfahrungen in speziellen Foren und Webseiten im Internet, haben Betroffene festgestellt, dass sie mit ihren Empfindungen nicht alleine sind und konnten so ihresgleichen finden. Die Existenz von ASMR wurde vor allem dadurch sichtbar, dass viele verschiedene Personen unabhängig voneinander von den gleichen Erfahrungen und Symptomen berichtet haben (Novella, 2012).

Mittlerweile ist ASMR sehr populär und einem Großteil der Bevölkerung bekannt. Vor allem auf YouTube kann man sich zahlreiche Videos mit ASMR-Inhalten anschauen. Trotzdem gibt es erst wenige wissenschaftliche Studien über das Phänomen. Emma L. Barratt and Nick J. Davis waren die ersten, die ASMR wissenschaftlich untersucht haben. Mit ihrer Studie „Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR): a flow-like mental state“ haben sie im Jahr 2015 den Grundstein für alle folgenden Arbeiten und Veröffentlichungen gelegt. Die Untersuchung wird mittlerweile in nahezu jedem Artikel und jeder wissenschaftlichen Arbeit zitiert und dient auch als wichtige Grundlage für diese Arbeit. Das meiste Wissen über ASMR entstammt allerdings aus individuellen und persönlichen Erfahrungsberichten der Menschen, die ASMR erfahren können.

2.1 Definition

ASMR ist eine englische Abkürzung und steht für Autonomous Sensory Meridian Response. Der Ausdruck stammt von Jennifer Allen, die auch die Website *asmr-research.org* gegründet hat. Sie selbst erklärt den Begriff in einem Interview so: „Autonomous“ verweise auf die individualistische Natur der Trigger (Sinnesreize, die ASMR auslösen), „Sensory“ und „Response“ seien selbsterklärend („sensorisch“, „Reaktion“) und „Meridian“ sei ein etwas höflicherer Ausdruck für „Orgasmus“ (Cheadle, 2012).

ASMR bezeichnet ein Gefühl, das bei betreffenden Personen durch bestimmte Sinnesreize (Trigger) ausgelöst werden kann. Dieses Gefühl wird meist als ein angenehmes und

beruhigendes Kribbeln (auch Tingles genannt) im Hinterkopf beschrieben. Menschen, die ASMR erfahren können, berichten, dass sich das Kribbeln vom hinteren Teil des Kopfes über das Genick, entlang der oberen Wirbelsäule und teilweise bis in den Schulterbereich ausbreiten kann. In seltenen Fällen werden Tingles auch in Armen oder Beinen verspürt (Barratt & Davis, 2015, S. 7). Allerdings können nur wenige Menschen überhaupt ASMR wahrnehmen.

Dieser „braingasm“, wie das durch ASMR ausgelöste Gefühl umgangssprachlich auch genannt wird, kann durch verschiedene Trigger hervorgerufen werden. Sanftes Flüstern, bestimmte Geräusche wie das Tippen der Fingernägel auf einer harten Oberfläche, persönliche Zuneigung und leichte Berührungen am Kopf sind nur ein paar Beispiele für solche Trigger. In den folgenden Kapiteln wird tiefergehend auf die Arten von Sinnesreizen, die Tingles auslösen können, und deren Wirkung eingegangen.

In der ASMR-Community ist man sich einig, dass es zwei Typen von ASMR gibt. Typ A tritt allein durch den Gedanken an einen Trigger auf und entsteht in einem selbst. Dagegen braucht man, um Typ B zu erfahren, einen externen Trigger, der von einem oder mehreren Sinnen wahrgenommen werden kann (Lauw, 2014). Diese Arbeit behandelt hauptsächlich Typ B, welcher auch bei den ASMR-Videos auf YouTube zum Tragen kommt.

2.2 Geschichte

Das Phänomen ASMR existiert wahrscheinlich schon sehr lange, doch erst seit ungefähr 15 Jahren ist es bekannt. Die Geschichte von ASMR beginnt mit einem Forumseintrag und steht womöglich gerade erst am Anfang.

2.2.1 Erste Erwähnungen

„I get this sensation sometimes“ (okaywhatever51838, 2007). Mit diesem Satz beginnt ein Forumseintrag der Website *Steadyhealth.com* aus dem Jahr 2007, in dem ein User ein merkwürdiges Gefühl beschreibt, das er erfährt seit er ein Kind ist. Unter dem Titel „WEIRD SENSATION FEELS GOOD“ beschreibt er seine Wahrnehmungen, mit dem Ziel herauszufinden, was es damit auf sich hat und ob andere Menschen Ähnliches empfinden.

Auch wenn es das Phänomen wahrscheinlich schon deutlich länger geben dürfte, ist dieser Eintrag die erste bekannte Dokumentation dessen. Zahlreiche Nutzer diskutieren unter dem Eintrag und teilen ihre eigenen Erfahrungen, die dem erstmals beschriebenen Gefühl ähneln. Daraufhin bilden sich in den Folgejahren verschiedene Gruppen im Internet, in denen sich Menschen über ihre ASMR-Erfahrungen austauschen und herausfinden wollen, warum dieses Gefühl ausgelöst wird (adhspedia, 2018).

2.2.2 Die ersten ASMR-Videos

Ziemlich schnell wird den Menschen, die ASMR erfahren können, klar, dass die Trigger, die sonst rein zufällig dieses merkwürdige, gute Gefühl ausgelöst haben, auch gezielt erzeugt werden können. So erscheint im Jahr 2009 auf YouTube ein Video mit dem Titel „Whisper 1 - hello!“, in dem genau das versucht wird. Die Gründerin des Kanals „WhisperingLife“ (mittlerweile wurde der Name in „WhisperingLife ASMR“ umbenannt), auf dem das Video erscheint, erklärt in der Beschreibung des Videos, dass sie es liebe Leute flüstern zu hören und deswegen einen Flüster-Kanal erstellt hat (WhisperingLife ASMR, 2009).

Natürlich gab es vorher schon viele Videos, in denen geflüstert wurde oder in denen irgendwelche anderen Trigger zum Vorschein kamen, aber die Gründerin von „WhisperingLife“ war vermutlich die erste Person, die einen Trigger (Flüstern) gezielt eingesetzt hat, um beim Zuschauer bzw. Zuhörer ein positives Gefühl auszulösen.

Mittlerweile gibt es auf YouTube über fünf Millionen ASMR-Videos, die teilweise Klicks im zweistelligen Millionenbereich aufweisen (Mooney & Klein, 2016). Bevor es diese enorme Anzahl von ASMR-Videos, geschweige denn den Begriff ASMR, gab, mussten die Menschen, die ASMR erfahren wollten, auf andere Videos zurückgreifen. Ein bekanntes Beispiel hierfür sind die Videos von Maler Bob Ross, der in einem Artikel der Website *mashable.com* sogar als „godfather“ (Abbruzzese, 2015) von ASMR betitelt wird. Seine Videos beinhalten viele der Eigenschaften und Trigger, die kennzeichnend für ein ASMR-Video sind. Beispielsweise die ruhige sanfte Stimme, mit der Bob Ross den Zuschauer direkt anspricht, oder die Geräusche der Pinselstriche auf der Leinwand. Eine Geschäftspartnerin von Ross bestätigt in einem Interview,

dass ihnen von Anfang an bewusst war, dass es in den Videos vor allem um die erzeugten Töne und Geräusche ging (Abbruzzese, 2015).

2.2.3 Prägung des Begriffs

Im Jahr 2010 gibt Jennifer Allen dem Phänomen dann einen Namen: Autonomous Sensory Meridian Response, kurz ASMR. Durch die von ihr gegründete Facebook Gruppe „ASMR-Group“ gelingt es ihr die Bezeichnung zu etablieren. Bis zu diesem Zeitpunkt sind viele verschiedene Begriffe (bspw. „Attention Induced Head Orgasm“) im Umlauf, von denen sich allerdings keiner durchsetzt (adhspedia, 2018).

2.2.4 Erste wissenschaftliche Studien

ASMR fasziniert die Menschen. Vor allem diejenigen, die selbst ASMR erfahren können, wollen wissen, was dahintersteckt und warum sie dieses Gefühl verspüren können. Aber auch diejenigen, die das Gefühl nur von Berichten anderer kennen, sind neugierig und wollen mehr darüber erfahren. Schließlich wird auch die Wissenschaft darauf aufmerksam. Anfang 2012 veröffentlicht der Neurologe Steven Novella in seinem *NeuroLogica Blog* einen Beitrag über ASMR, in dem er sich zunächst die Frage stellt, ob das so oft beschriebene Phänomen überhaupt echt ist. Die vielen und vor allem unabhängigen Erfahrungsberichte sind für ihn aber Anlass, an die Existenz von ASMR zu glauben. Er stellt verschiedene Thesen auf, wie die sogenannten Tingles, hervorgerufen durch die bekannten Trigger, entstehen und warum manche Menschen sie erfahren können und andere nicht (Novella, 2012).

Gleichzeitig werden an verschiedenen Orten Leute, die ASMR erfahren können, gesucht, um das Phänomen innerhalb filmischer Dokumentationen oder wissenschaftlicher Arbeiten zu untersuchen. Oft allerdings ohne Erfolg (ASMR University, 2017).

Die erste begutachtete wissenschaftliche Publikation über ASMR erscheint im Jahr 2015. Bis heute dient die Arbeit der beiden Autoren Emma L. Barratt und Nick J. Davis als Grundlage für alle Arbeiten, die in den darauffolgenden Jahren zu dem Thema erscheinen.

2.2.5 ASMR-Phänomen auf YouTube

Nachdem im Jahr 2009 das erste Video mit dem Ansatz, durch ASMR ein positives Gefühl beim Zuhörer auszulösen, auf YouTube hochgeladen wurde, dauerte es nicht lange, bis zahlreiche weitere Videos in diesem Stil folgten. Innerhalb der letzten zehn Jahre wurden insgesamt mehrere Millionen ASMR-Videos auf der Plattform hochgeladen und die Zahl der Zuschauer nimmt stetig zu (Mooney & Klein, 2016). Dies wird auch deutlich, wenn man sich den zeitlichen Verlauf der Suchanfragen von „Autonomous Sensory Meridian Response“ auf den Webseiten von Google und YouTube anschaut. Das Interesse an dem Thema nimmt von Jahr zu Jahr zu und scheint auch in den kommenden Jahren noch größer zu werden.

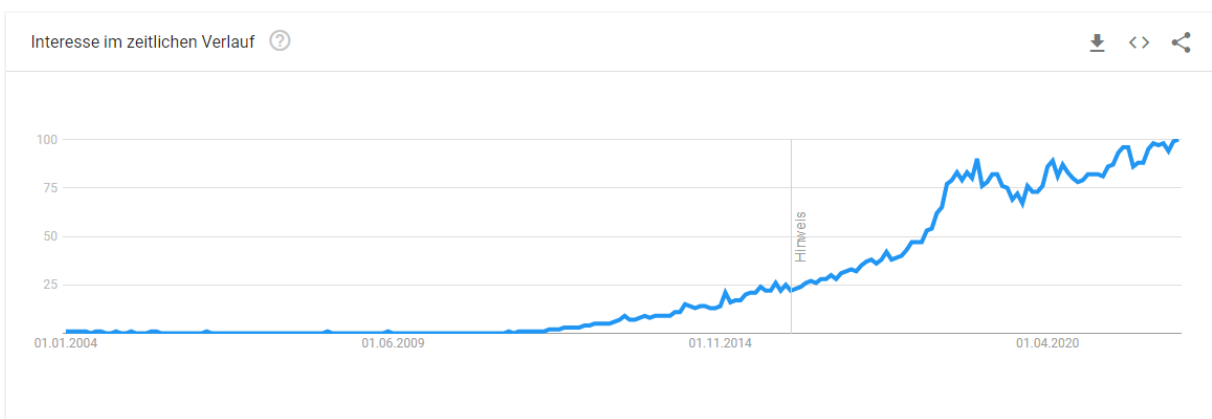


Abbildung 1: Websuche - Interesse im zeitlichen Verlauf (Google Trends, 2022a)

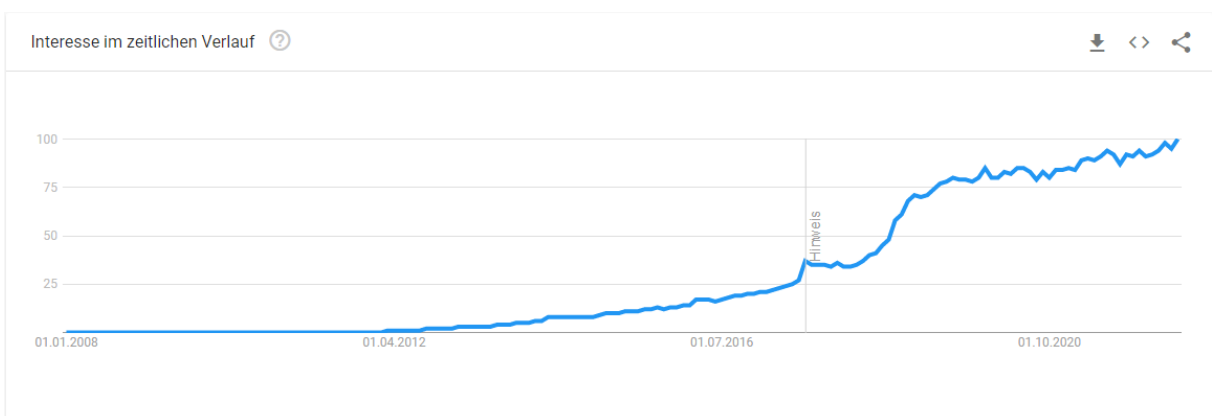


Abbildung 2: YouTube-Suche - Interesse im zeitlichen Verlauf (Google Trends, 2022b)

In beiden Abbildungen (Abb. 1 und Abb. 2) wird das weltweite Suchinteresse von „Autonomous Sensory Meridian Response“ relativ zum höchsten Punkt im Diagramm angegeben. Es ist ein kontinuierliches Wachstum der Kurven in beiden Diagrammen zu erkennen. Das Suchinteresse im Web war im Juni 2022 und auf YouTube im April 2022 am höchsten (Stand 30.06.2022). Dadurch wird deutlich, dass ASMR aktuell so gefragt ist wie noch nie. Und das sowohl bei Männern als auch bei Frauen. Dabei ist ungefähr die Hälfte der Nutzer zwischen 18 und 24 Jahren alt (Mooney & Klein, 2016).

Mittlerweile gibt es viele verschiedene YouTuber, die ausschließlich ASMR-Content produzieren. In der Szene werden diese auch als ASMRtists bezeichnet. Die größten Kanäle solcher ASMRtists haben über eine Million Abonnenten. Dabei gehen die Inhalte von eher simplen Videos, in denen der ASMRtist ins Mikrofon flüstert und verschiedene Geräusche mit seinen Händen macht, über Rollenspiele, in denen jemand als Arzt verkleidet eine Untersuchung am Zuschauer durchführt, bis hin zu sogenannten Mukbang-Videos, in denen eine Person vor laufender Kamera Berge von Essen zu sich nimmt und dabei ins Mikrofon schmatzt.

Mit dem steigenden Interesse hat nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität der Videos zugenommen. Erfolgreiche ASMRtists nehmen ihre Videos mit professionellem Equipment auf. Die Person im Video ist meist zentral und relativ nah zu sehen. Sie ist gut ausgeleuchtet und das Bild ist scharf. Doch vor allem die Audioqualität hat sich über die Jahre verbessert. Die meisten ASMRtists benutzen mittlerweile binaurale Mikrofone, wodurch das ASMR-Erlebnis noch intensiver wird (Abbruzzese, 2015).

Aufgrund der hohen Nachfrage ist ein riesiger Markt für diese Art von Inhalten entstanden. Durch den enormen Erfolg und die hohen Klickzahlen der Videos ist ASMR somit auch aus finanzieller Sicht relevant geworden. Auch Unternehmen machen sich das zunutze, indem sie ihre Produkte in Videos von ASMRtists bewerben lassen. Das ist beispielsweise bei Kosmetikprodukten gut umsetzbar, da Beauty- und Make-Up-Videos auf YouTube beliebt sind und auch in Form eines ASMR-Videos zahlreich geklickt werden. Andere Unternehmen dagegen produzieren eigene ASMR-Werbevideos (Mooney & Klein, 2016).

2.3 Sinnesreize

Die Sinnesreize, die ASMR auslösen können werden Trigger genannt. Wie anfangs bereits erwähnt, kann man zwei Arten von Triggern unterscheiden: Äußerliche und innerliche Trigger. Letztere werden aus einem selbst, meist durch Gedanken oder auch eine besondere innerliche Stimmung hervorgerufen. In diesem Kapitel soll es aber vor allem um die äußerlichen Trigger gehen, die, wie der Name schon sagt, externer Natur sind und über einen der menschlichen Sinne ein ASMR-Kribbeln erzeugen können.

Es gibt ein breites Spektrum an externen Triggern und die Effektivität der einzelnen Trigger kann von Individuum zu Individuum stark variieren (Barratt et al., 2017, S. 9). Eine Eigenschaft, die allerdings viele miteinander verbindet, ist, dass sie ASMR schon seit ihrer Kindheit erfahren. In der ersten wissenschaftlichen Publikation von Barratt und Davis aus dem Jahr 2015 geben 241 der 475 Befragten an, ihre erste ASMR-Erfahrung im Alter zwischen fünf und zehn Jahren gemacht zu haben (Barratt & Davis, 2015, S. 6). Andere bemerken es aber auch erst zu einem späteren Zeitpunkt in ihrem Leben. Wobei manche sich dabei nicht sicher sind, ob sie dem Gefühl die Jahre davor einfach nur keine Beachtung geschenkt haben (Kobayashi, 2015).

2.3.1 Häufige Trigger

ASMR-Betroffene beschreiben in Foren und in einer Vielzahl an Artikeln im Internet ihre subjektiven Erfahrungen mit ASMR und welche Trigger bei ihnen das Erlebnis auslösen. Die ersten wissenschaftlichen Ergebnisse und offiziellen Daten zu der Häufigkeit und Art der Trigger stammen aus der Studie von Barratt und Davis aus dem Jahr 2015. In den Antworten der befragten Teilnehmer stechen vier Arten von Triggern besonders heraus: Flüstern (75%), persönliche Aufmerksamkeit (69%), knackige Klänge (64%) und langsame Bewegungen (53%). 36% der Befragten geben außerdem an, von repetitiven Tätigkeiten getriggert zu werden.

Trigger type	Percentage of participants triggered
Whispering	75%
Personal attention	69%
Crisp sounds (metallic foil, tapping fingernails, etc.)	64%
Slow movements	53%
Repetitive movements	36%
Smiling	13%
Aeroplane noise	3%
Vacuum cleaner noise	2%
Laughing	2%

Abbildung 3: Häufige Trigger (Barratt & Davis, 2015, S. 6)

2.3.2 Orale Trigger

Auch in nachfolgenden Studien werden ähnliche Ergebnisse festgestellt. Vor allem flüstern ist immer bei der großen Mehrheit der Befragten ein Trigger (Fredborg et al., 2017, S. 5; Lochte et al., 2018, S. 295; Smith et al., 2016, S. 362). Orale Trigger, das heißt Töne, die mit dem Mund erzeugt werden, sind generell häufige Trigger. Dazu zählen neben flüstern auch sprechen, singen, atmen und alle möglichen Geräusche, die beim Essen verursacht werden. Oft machen Betroffene die ersten Erfahrungen damit in ihrer Kindheit, wenn beispielsweise ein Verwandter oder ein Lehrer eine besonders sanfte Art zu sprechen hat. Dabei kommt es weniger auf das Gesagte an, als auf den Tonfall und die Art, wie etwas gesagt wird (Kobayashi, 2015).

2.3.3 Persönliche Aufmerksamkeit

Persönliche Aufmerksamkeit, der zweithäufigste Trigger in der Untersuchung von Barratt und Davis, ist wohl der Grund, warum bei ASMR-Videos vor allem Rollenspiele so beliebt sind. Bei dieser Art von Videos wird sich in Form eines Rollenspiels häufig um einen gekümmert, oder man wird beispielsweise wie bei einem Arztbesuch genaustens beobachtet und untersucht. In einer Studie aus dem Jahr 2018, in der die Gehirnaktivität während des Schauens von ASMR-Videos untersucht wurde, kam man zu der Erkenntnis, dass ASMR-Trigger Ähnlichkeiten mit dem fürsorglichen Verhalten haben, was in den engen zwischenmenschlichen Beziehungen zwischen Eltern und ihren Kindern, romantischen Partnern oder Freunden untereinander

auftritt. In der Untersuchung wurde außerdem festgestellt, dass beim Schauen dieser Videos Regionen des Gehirns aktiviert werden, die auch bei Untersuchungen von solchem beziehungsorientierten Verhalten aktiviert wurden (Lochte et al., 2018, S. 302).

2.3.4 Geräusche und Töne

Ein ähnlich häufig vorkommender Trigger wie persönliche Aufmerksamkeit sind spezielle knackige Geräusche. Dies bestätigt auch eine Untersuchung aus dem Jahr 2016, in der neun von elf Befragten angeben, dass sie Tingles erfahren, wenn sie Klopf- oder Kratzgeräusche hören (Smith et al., 2016, S. 362). Wichtig scheint dabei allerdings zu sein, dass Töne, die mit bestimmten Gegenständen erzeugt werden, so realistisch wie möglich klingen. Detailaufnahmen der Gegenstände werden genauso bevorzugt wie ein erfahrener Umgang mit selbigen. Der Kontext, in welchem diese benutzt werden, spielt dagegen, ähnlich wie bei gesprochenen Inhalten, eine eher unwichtigere Rolle (Barratt et al., 2017).

Es kann helfen einen Trigger zu verstärken, indem man ihn mehrmals hintereinander wiederholt. Repetitive Geräusche und Tätigkeiten kommen daher auch nicht selten in ASMR-Videos vor. Barratt und Davis sehen einen Grund dafür in dem sogenannten „flow state“, sprich eine Art Strömungszustand, in dem man sich befindet, wenn man sehr stark auf eine Sache fokussiert ist oder eben auch eine Tätigkeit repetitiv ausführt. Die Betrachtung einer Person in solch einem Zustand ermöglicht es, selbst in diesen Zustand zu gelangen. Wenn man beim Schauen eines ASMR-Videos in eine Art „flow state“ kommt, ist man nach Barratt und Davis anfällig für häufigere Tingles (Barratt & Davis, 2015, S. 12).

2.4 Wirkung

Mit Hilfe von Studien und Berichten wird in folgendem Kapitel der aktuelle Stand der Forschung über ASMR und dessen Wirkung zusammengefasst. Es wird erläutert, wie sich das Gefühl bzw. die Tingles anfühlen und wie sich ASMR auf die Stimmung auswirkt. Weitergehend werden die bisherigen Erkenntnisse der Wissenschaft in Bezug auf den therapeutischen Nutzen von ASMR dargelegt. Abschließend werden die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen ASMR und musical chills erörtert.

2.4.1 Das Gefühl

Das Gefühl, das in Menschen, die ASMR erfahren können, ausgelöst wird, wenn sie getriggert werden, vergleicht die YouTuberin und ASMRtist *GentleWhispering* in einem Interview mit Blasen im Kopf. Es sei wie eine kleine Explosion, von der kleine Funken und Sterne vom Kopf aus den Rücken hinunter laufen (Cheadle, 2012). Auch in Studien wird dieses Gefühl, von dem oft und ausführlich von Betroffenen berichtet wird, bestätigt. Häufig genannte Körperregionen, in denen das Gefühl auftritt, sind der Hinterkopf, das Genick und die Wirbelsäule (Kovacevich & Huron, 2019).

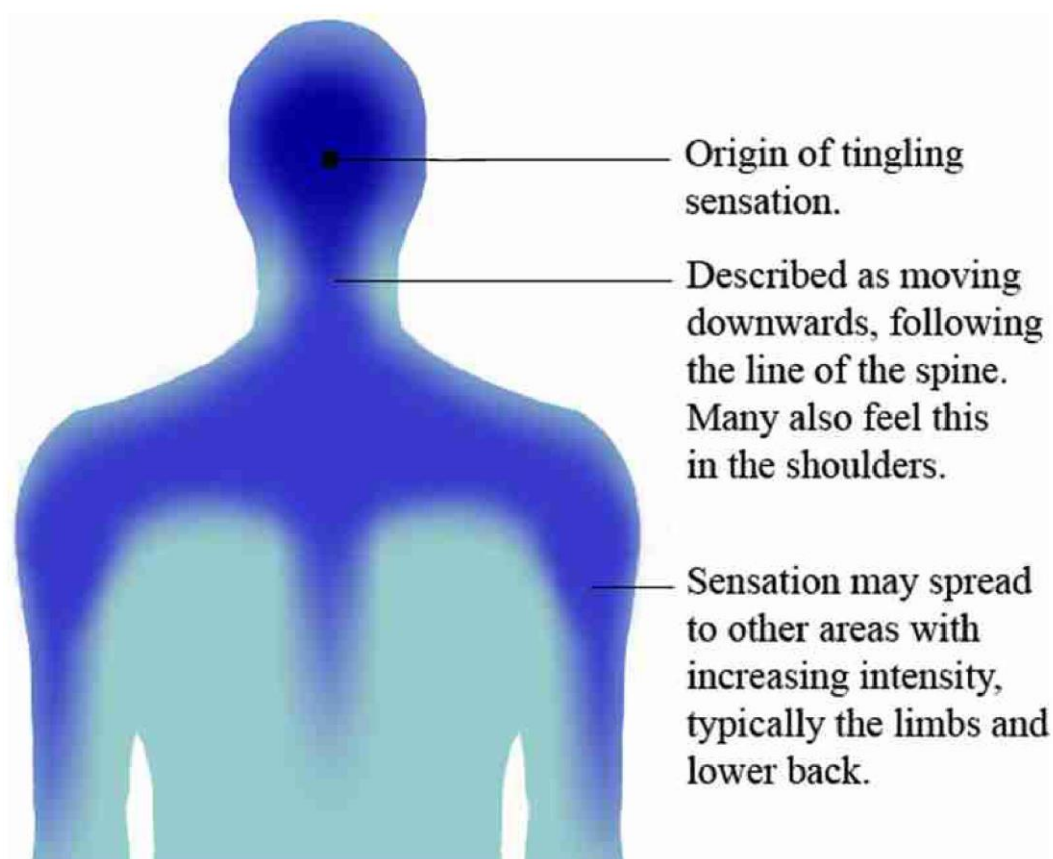


Abbildung 4: Ausbreitung des ASMR-Gefühls im Körper (Barratt & Davis, 2015, S. 8)

Das kribbelnde Gefühl entsteht meist in der Rückseite des Kopfes und breitet sich von dort aus entlang der Wirbelsäule in den oberen Rücken und die Schultern aus. Dabei kann es allerdings je nach Individuum auch bis in den unteren Rücken, die Arme oder sogar bis in die Beine

zu spüren sein (siehe Abbildung 4). Auch die Intensität der Tingles kann je nach Trigger und der Empfindsamkeit der erfahrenden Person variieren (Kobayashi, 2015). Grundsätzlich wird es als positives, teilweise auch überwältigendes Gefühl beschrieben. Manche gehen sogar so weit und vergleichen es mit dem rauschartigen Gefühl, das durch Drogen wie MDMA oder Heroin hervorgerufen wird (Kobayashi, 2015; Tufnell, 2012). Andere äußern, dass sie fast süchtig nach ASMR-Videos und dem damit einhergehenden Gefühl sind. Das geht soweit, dass ihnen ein herkömmliches ASMR-Video nicht mehr ausreicht, um Tingles in hohem Maße zu erfahren. Sie brauchen bestimmte Trigger und Gegebenheiten, die speziell auf ihre Wünsche und Bedürfnisse angepasst sind (Kovacevich & Huron, 2019; Tufnell, 2012). Im Gegensatz dazu können Menschen, die ASMR nicht erfahren können, oft nichts damit anfangen. Sie finden diese Art von Videos teilweise seltsam, komisch sowie anstrengend anzuschauen. Das legt nahe, dass ASMR nur für Menschen, die es auch erfahren können, angenehm und unterhaltsam ist (Eid et al., 2022; Kovacevich & Huron, 2019).

Gleiches zeigt auch eine Studie aus dem Jahr 2018 von Poerio et. al, in denen die anekdotischen Erzählungen über ASMR als kribbelndes, beruhigendes und angenehmes Erlebnis erstmals empirisch überprüft wurden. Aus der Studie geht hervor, dass die Teilnehmer, die ASMR erfahren können, im Vergleich zu den Teilnehmern, die es nicht können, beim Schauen von ASMR-Videos häufiger Tingles verspüren. Außerdem haben ASMR-Videos einen positiven Einfluss auf das Gemüt der Teilnehmer, die ASMR erfahren können. Sie sind nach dem Schauen solcher Videos ruhiger. Gleichzeitig fühlen sie sich weniger traurig und gestresst (siehe Abbildung 5).

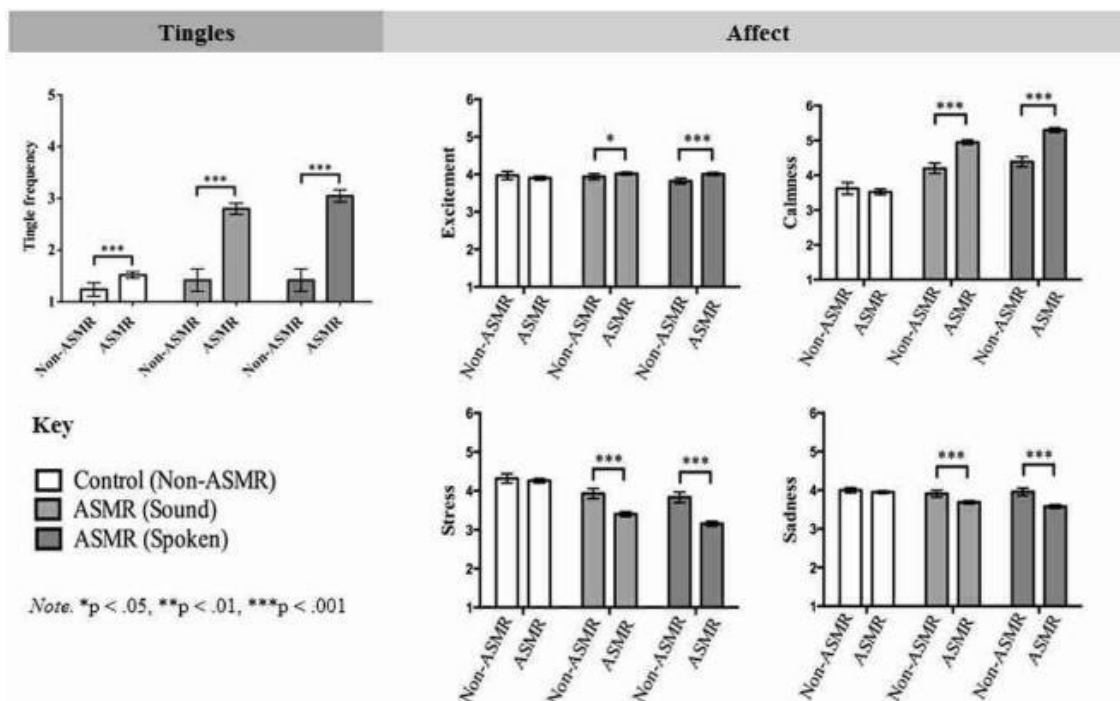


Abbildung 5: Ergebnisse der ersten Studie (Poerio et al., 2018, S. 7)

2.4.2 Auswirkung auf Stimmung

Die eigene Stimmung wird durch ASMR positiv beeinflusst. Dies bestätigten schon in der ersten Studie von Barrat und Davis 80 Prozent der Teilnehmer (siehe folgende Abbildung 6).

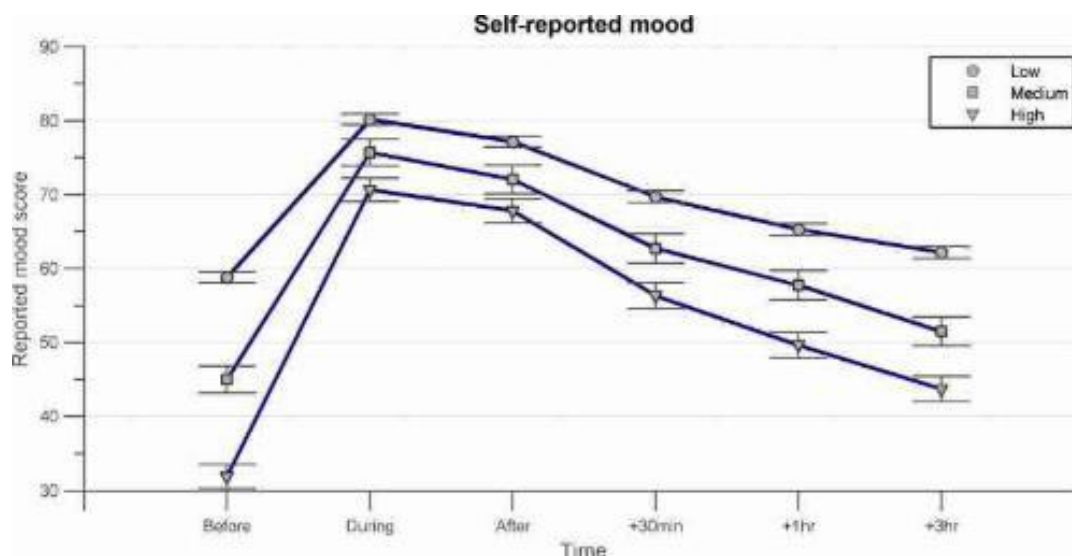


Abbildung 6: Stimmung vor, während und nach einer ASMR-Erfahrung (Barratt & Davis, 2015, S. 9)

Vor allem Menschen, die an einer Form von Depression oder chronischen Schmerzen leiden, können von ASMR profitieren, da der Effekt der Verbesserung der Gemütslage bei ihnen am stärksten ausgeprägt ist (Barratt & Davis, 2015, S. 11).

In einer weiteren Studie wird aufgezeigt, dass depressive Stimmungen bei Menschen, die ASMR erfahren können, verglichen mit Menschen, die es nicht erfahren können, sinken, nachdem sie ein ASMR-Video geschaut haben (siehe folgende Abbildung 7).

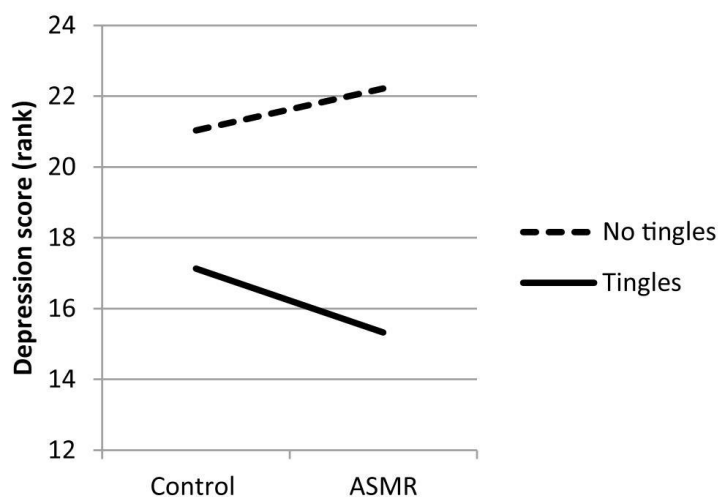


Abbildung 7: Grad der Depression (Engelbregt et al., 2022, S. 1734)

In derselben Studie konnten allerdings nicht alle Ergebnisse der Studie aus dem Jahr 2018 von *Poerio et. al* bestärkt werden. Die Förderung der Ruhe und die Reduzierung von Stress durch ASMR wurde in dieser Untersuchung nicht bestätigt (Engelbregt et al., 2022, S. 1738). Auch wenn viele davon berichten, dass ASMR ihnen hilft, ist es in jedem Fall notwendig weitere wissenschaftliche Untersuchungen durchzuführen, bevor es therapeutisch zur Linderung von Schmerzen oder einer Depression eingesetzt werden kann. Aber es besteht definitiv Potential (Eid et al., 2022; Reddy & Mohabbat, 2020, S. 753).

2.4.3 Entspannung und Schlaf

ASMR kann nicht nur gegen Schmerzen helfen. Am meisten wird es dafür genutzt, um zu entspannen oder einzuschlafen (Kovacevich & Huron, 2019; Tufnell, 2012). Stand 2016 wurden

die meisten Suchanfragen auf Google zu ASMR über Mobilgeräte gegen 22:30 Uhr gestellt. Der Suchbegriff „asmr schlafen“ zählt zudem zu den häufigsten verwandten Suchanfragen (Mooney & Klein, 2016). Aber nicht nur die *Google Trends* liefern Hinweise dafür. In mehreren Studien wurde nachgewiesen, dass das Schauen von ASMR-Videos die Herzfrequenz senkt, was auch Indiz dafür ist, dass der Körper sich entspannt (Engelbregt et al., 2022, S. 1734; Porio et al., 2018, S. 13).

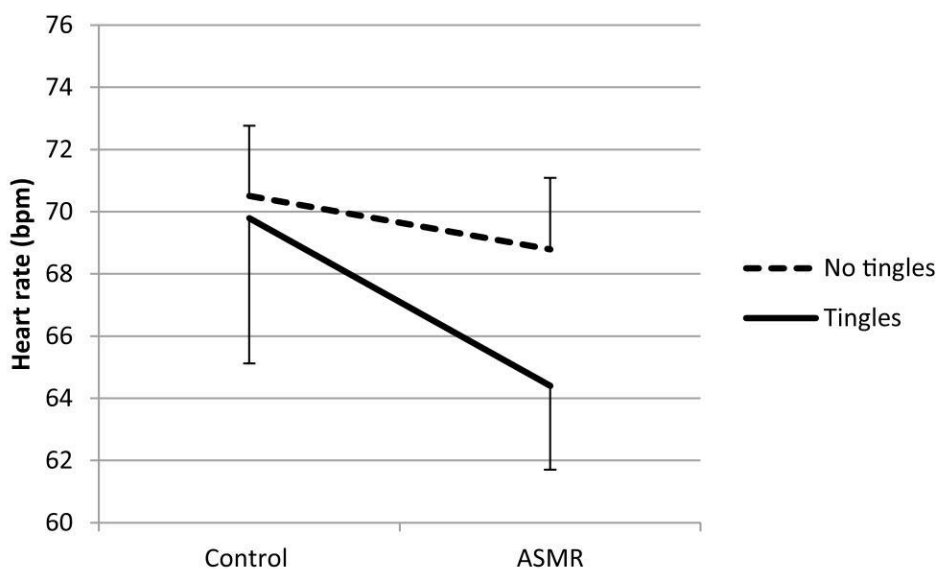


Abbildung 8: Herzfrequenz (Engelbregt et al., 2022, S. 1735)

In Abbildung 8 wird ersichtlich, dass die Herzfrequenz bei Menschen, die ASMR erfahren können (in der Abbildung „Tingles“ genannt), sinkt, wenn sie ein ASMR-Video schauen (verglichen mit einem anderen Kontroll-Video). Bei Menschen, die ASMR nicht erfahren können, ist der Unterschied der Herzfrequenz weniger stark. Aber auch bei dieser Gruppe an Personen sinkt die Herzfrequenz beim Schauen eines ASMR-Videos leicht. Die Ergebnisse lassen vermuten, dass ASMR-Videos auch für Menschen, die nicht in der Lage sind ASMR zu erfahren, entspannend wirken können (Engelbregt et al., 2022, S. 1738–1739).

2.4.4 Gehirnaktivität

Lochte et. al haben in ihrer Studie aus dem Jahr 2018 als erste die Aktivierung verschiedener Gehirnregionen während ASMR gemessen und untersucht. Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass ASMR-Videos das Gehirn ähnlich anregen wie eine reale soziale Interaktion. Die während der Tingles aktivierten Netzwerke stehen außerdem in Verbindung mit Empathie, was die Assoziation von ASMR mit sozialer Wahrnehmung und fürsorglichen Gefühlen unterstützt. Ein Grund dafür, warum ASMR vielen beim Entspannen und Einschlafen hilft, könnte sein, dass ASMR Gehirnregionen aktiviert, die normalerweise mit emotionalen, sozialen Bindungen assoziiert werden (Lochte et al., 2018).

2.4.5 Musical chills

Musical chills oder auch frisson nennt man im englischen das Gefühl, das typischerweise dann ausgelöst wird, wenn einem in emotionalen Höhepunkten beim Hören von Musik ein Schauer über den Rücken läuft. Im Deutschen würde man das Gefühl meistens wahrscheinlich als Gänsehaut bezeichnen, was allerdings nicht der korrekten Übersetzung entspricht und auch wissenschaftlich nicht ganz richtig ist. Schüttelfrost oder (kalter) Schauer wären passendere Begriffe, allerdings sind diese nicht eindeutig und können auch etwas fehlleitend sein. Aus diesen Gründen werden zur Beschreibung des Gefühls in dieser Arbeit die englischen Begriffe verwendet.

Die Studie von Lochte et. al konnte außerdem zeigen, dass Gehirnregionen, die bei musical chills aktiviert werden, auch während ASMR-Tingles stark angeregt werden. Eine dieser Regionen ist auch für die Ausschüttung von Dopamin während musical chills verantwortlich. Folglich ist es gut denkbar, dass Dopamin auch während ASMR-Tingels freigesetzt wird (Lochte et al., 2018, S. 302).

Das physische Gefühl von frisson ähnelt dem von ASMR-Tingels sehr. Beide beinhalten das Gefühl der Gänsehaut, wenn sich die Haare auf der Haut aufstellen. Daher könnte ASMR als eine Art frisson angesehen werden. Mehrere ASMR-Liebhaber bestehen aber darauf, dass sich die beiden Gefühle qualitativ voneinander unterscheiden. Sie beschreiben das oberflächliche Gefühl auf der Haut eher als Tingles, also als Kribbeln, und weniger als Gänsehaut. Zusätzlich

dazu sind ASMR-Tingles im Vergleich zu frisson eher langanhaltend. Nichtsdestotrotz ist ein Gefühl der Gänsehaut auch bei ASMR vorhanden und tritt auch an ähnlichen Körperstellen wie frisson auf (Kovacevich & Huron, 2019).

Was die beiden Gefühle unter anderem voneinander unterscheidet sind die Stimuli bzw. Trigger, die sie auslösen. Während ASMR-Trigger meist wenige ruhige und leise Töne sind, werden musical chills oft durch viele, laute oder unerwartete Töne ausgelöst. Des Weiteren wird durch ASMR die Herzfrequenz gesenkt. Dadurch wirkt es eher entspannend und wird als Hilfe zum Einschlafen verwendet. (Musical) chills hingegen gehen mit einer erhöhten Herzfrequenz einher und sind eher aufregend (Kovacevich & Huron, 2019; Poerio et al., 2018).

2.5 ASMR in Musik

Durch die Weiterentwicklung des Mikrofons entsteht in den 1920er Jahren ein neuer Gesangstil der populären Musik. Crooning, wie der Stil auch genannt wird, zeichnet sich durch ruhige und eher gesprochene Arten zu singen aus. Das verbesserte Mikrofon sorgt dafür, dass die Künstler dem Gesang eine persönliche Note hinzufügen können. Die Darbietung des Gesungenen wird durch die nahe Mikrofonierung intimer und wirkt für manche Zuhörer fast schon erotisch (Warrenburg et al., 2021, S. 142). Bing Crosby, einer der erfolgreichsten Sänger des 20. Jahrhunderts und einer der ersten Sänger, der die Intimität des Mikrofons ausnutzte und diesen Stil prägte, behandelte das Mikrofon, wie Paul Gavin in einem Artikel der *New York Times* schreibt, „as if it were a friend’s ear“ (Gavin, 2018).

Fast ein Jahrhundert später erscheint eine Künstlerin auf der Bildfläche, die mit dem Mikrofon ganz ähnlich umgeht.

2.5.1 Billie Eilish

Zwischen den Jahren 2018 und 2019 entsteht im Internet, vor allem auf YouTube, ein Hype um ASMR. Die Suchanfragen zu dem Begriff nehmen stark zu und Videos mit „ASMR“ im Titel werden immer häufiger angeklickt. Parallel dazu beginnt ein anderes Phänomen im Internet rasant an Aufmerksamkeit zu gewinnen: Die Musik von Billie Eilish. Die junge Künstlerin, die

ein Jahr später im Alter von 18 Jahren fünf Grammys gewinnt, wird zum Pop-Idol für junge Menschen auf der ganzen Welt.

Doch die beiden Phänomene verbindet mehr als nur der Fakt, dass sie etwa zur gleichen Zeit durch das Internet an Popularität gewinnen. Forscher, Journalisten und Fans sind sich einig, dass die Produktion des Debütalbums von Billie Eilish einige Gemeinsamkeiten mit den erfolgreichen ASMR-Videos auf YouTube hat. Es gibt sogar einen Artikel, in dem diese untersucht werden (Connick, 2019; Warrenburg et al., 2021).

„billie eilish’s recent album is like horror asmr“ (Connick, 2019). So empfindet ein User auf Twitter das 2019 erschienene Album „When We All Fall Asleep, Where Do We Go?“ von Billie Eilish. Und er hat nicht ganz unrecht mit seiner überspitzten Beschreibung. In der Musik von Billie Eilish finden sich Geräusche und Eigenschaften wieder, die auch Kernbestandteile von ASMR-Videos sind. Eine nahe Mikrofonierung, Flüstern, binaurale Effekte und spezielle Geräusche wie die eines Zahnarztbohrers sind nur ein paar Beispiele (siehe Abbildung 9).

Effect	Track	Timing
Close miking	goodbye	00:00 – 00:30
Whispering	goodbye	01:18 – 01:48
Binaural effects	bury a friend	01:04 – 01:13
Dentist drills	bury a friend	01:51 – 02:00

Abbildung 9: Some audio effects in Billie Eilish’s music (Warrenburg et al., 2021, S. 139)

Generell verwenden Billie Eilish und ihr Bruder bei der Produktion häufig selbst erzeugte Geräusche und Soundeffekte wie sie auch ein Foley Artist bei der Nachvertonung eines Films benutzt. Die gleiche Technik, an der sich auch ASMRtists bedienen (Geaghan-Breiner & Gmoser, 2019). Hinzukommend ist eine große Anzahl der Stücke des Albums eher simpel produziert. Der Song „bad guy“ besteht beispielsweise nur aus Bass, Gesang, Schlagzeug und einem Synthesizer im Chorus mit ein paar eingestreuten Effekten. Dadurch ist es möglich, dass man, wenn man den Song mit Kopfhörern hört, jeden Sound einzeln wahrnehmen kann. Dies hat

Ähnlichkeit mit ASMR-Videos, in denen mehrere Sounds übereinandergelegt werden und dennoch jeder einzelne Sound deutlich identifizierbar ist (Geaghan-Breiner & Gmoser, 2019; Parkes, 2019).

Auch der Stimmeinsatz der Sängerin ähnelt dem eines ASMRtists. Die Vocals sind sehr nah am Mikrofon aufgenommen und entweder sanft gesungen oder geflüstert. Das Ziel ist es, dass die Vocals sehr präsent sind und es sich so anfühlt, als würde sie einem direkt ins Ohr singen (Geaghan-Breiner & Gmoser, 2019; Parkes, 2019; Tingen, 2019). Zudem sind die Vocals meist ohne Reverb oder Delay abgemischt und klingen deswegen trocken, gleichzeitig aber auch intim (Parkes, 2019).

Intimität und die Empfindung von körperlicher Nähe zu dem ASMRtist sind mögliche Auslöser von Tingles beim Schauen eines ASMR-Videos. Die Vocals und das gesamte Klangbild in der Musik von Billie Eilish lassen einen das gleiche Gefühl von Nähe verspüren. Hinzu kommt, dass sich die Stimme von Billie Eilish teilweise im Raum bewegt und es sich so anfühlt als würde sie einen umgeben. Wie beim Schauen von ASMR-Videos empfiehlt es sich daher Kopfhörer beim Hören der Songs zu tragen. Insbesondere dann, wenn mehrere Stimmen gleichzeitig zu hören sind (Geaghan-Breiner & Gmoser, 2019).

2.5.2 Geflüsterter Gesang

Wenngleich diese Art zu singen Billie Eilishs Markenzeichen ist und sie diese in den Mainstream gebracht hat, ist Eilish längst nicht die Einzige, die flüsternden Gesang einsetzt und damit Erfolg hat. Ein weiteres bekanntes Beispiel ist Selena Gomez, die in ihren neuen Songs überwiegend mit gehauchtem und geflüstertem Gesang arbeitet und teilweise sogar eher spricht als singt. Die Songs „Hands To Myself“ und „Good For You“ von ihr sind Beispiele hierfür (Tan, 2021).

Ende der 1990er Jahre und Anfang der 2000er dominierten Sängerinnen wie Mariah Carey, Celine Dion oder Beyoncé die Pop-Musik und demonstrierten mit ihren kraftvollen und voluminösen Stimmen in Songs ihre gesanglichen Fähigkeiten. Im Laufe der letzten 20 Jahre hat sich dies verändert und die Anzahl der Songs mit geflüsterten, sanften Stimmen hat stetig zugenommen.

Im Zuge des *Pandora's Music Genome Project*, der umfassendsten Analyse von Musik, die jemals durchgeführt wurde, konnte festgestellt werden, dass geflüsterte Vocals seit 2015 generell immer häufiger in Songs zum Einsatz kommen. Genau die Zeit, in der Musik-Streaming CD-Verkäufe sowie digitale Downloads vom Markt verdrängt hat und zur beliebtesten Art, Musik zu konsumieren, wurde.

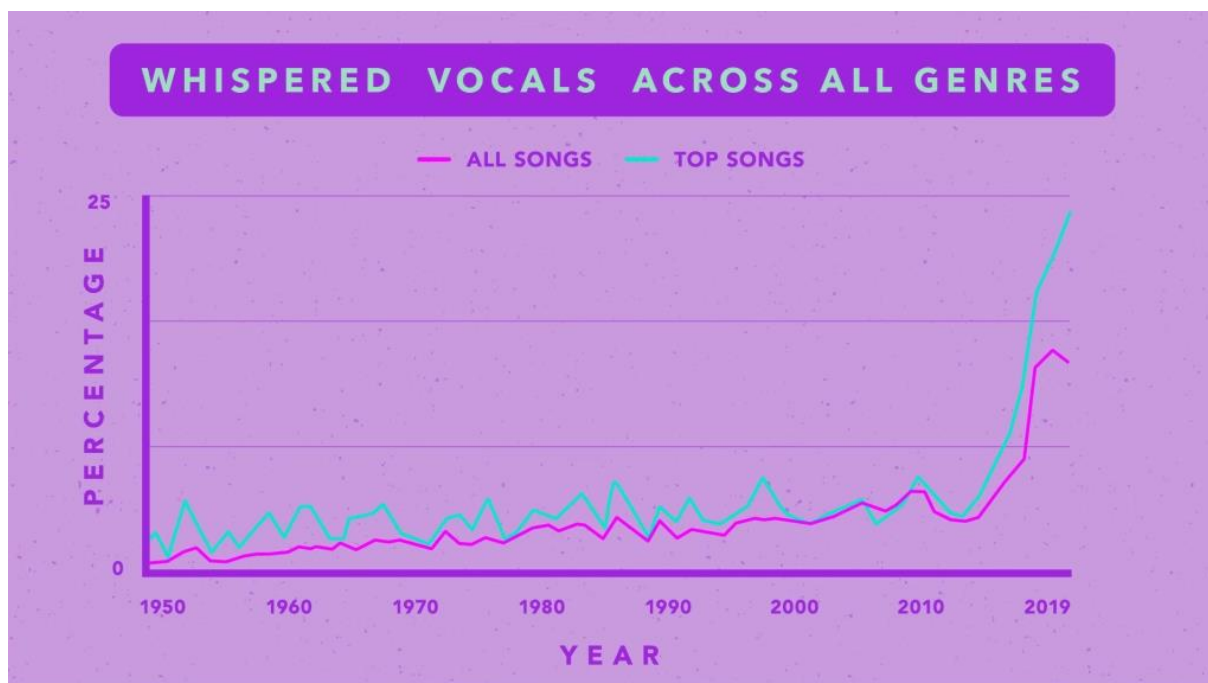


Abbildung 10: Whispered vocals across all genres (Blake, 2019)

Wie die obige Grafik zeigt, existierten schon immer Songs, die geflüsterten Gesang beinhalten. Bis 2015 gehörten diese allerdings zu einer kleinen Minderheit. Während zwischen 1960 und 1970 der Anteil der Songs mit gehauchten oder geflüsterten Vocals noch bei ein bis zwei Prozent aller Songs lag, waren es 2018 schon 14 Prozent. Noch größer ist der Unterschied, wenn man sich die zehn Prozent der Top Songs auf *Pandora* anschaut. Im Jahr 2019 hatten von diesen Songs fast 23 Prozent gehauchte oder geflüsterte Vocals. Zwischen 1980 und 2015 lag dieser Anteil noch bei drei bis fünf Prozent (Blake, 2019).

„Whisperpop“, wie die Zeitung *The Guardian* diese Art von Songs 2017 in einem Artikel genannt hat, wird in den nächsten Jahren wahrscheinlich nicht so schnell verschwinden. Ein

Songwriter berichtet in einem Interview: „So many songwriting briefs are wanting that Selena whisper sound“ (Robinson, 2017). Auch in Deutschland wird sich an diesem Stil orientiert. Sängerinnen wie Paula Hartmann setzen ihre Stimme gezielt in den Fokus der Produktion, wodurch sie zerbrechlicher und intimer wirkt. Ähnlich wie bei den Songs von Selena Gomez und Billie Eilish (Fendt, 2022).

Einer der Gründe, warum diese Art von Songs immer erfolgreicher werden, könnte sein, dass durch das Musik-Streaming viel Musik über Kopfhörer gehört wird und das wiederum die Künstler dazu veranlasst, ihre Stimme sanfter einzusetzen (Blake, 2019). Die Covid-19 Pandemie und die Einschränkung sozialer Kontakte, die damit einherging, hat sicherlich auch dazu beigetragen, dass die Menschen vermehrt Songs gehört haben, die eine gewisse Nähe und Intimität vermitteln (Warrenburg et al., 2021, S. 142).

3 Videografie

Da in dieser Arbeit zwei Musikvideos produziert werden, die in gewisser Weise eine Mischung aus einem ASMR-Video und einem herkömmlichen Musikvideo sind, ist es wichtig zu klären, was die verschiedenen Arten von Videos ausmacht. Dies wird in den folgenden Kapiteln erläutert.

3.1 ASMR-Videos

Auf Video-Plattformen im Internet, aber vor allem auf YouTube, werden reihenweise ASMR-Videos veröffentlicht. Diese können sich in ihrer Art und ihren Inhalten unterscheiden, aber es gibt bestimmte Eigenschaften, die die allermeisten ASMR-Videos gemeinsam haben. Typischerweise spielt das Video in einer privaten Kulisse mit einem der Kamera bzw. dem Zuschauer zugewandten ASMRtist. Der ASMRtist und das, was er macht, stehen im Mittelpunkt des Videos. Dabei nimmt das Gesicht des ASMRtist oft einen großen Teil des Bildes ein. Da der ASMRtist nah an der Kamera ist und den Zuschauer direkt ansieht und anspricht, wirkt alles sehr vertraut und intim. Auch das Video an sich spielt in einer ruhigen, vertraulichen Umgebung (Kovacevich & Huron, 2019).

3.1.1 Trigger

Oft sind die ASMRtists junge Frauen, die entspannt und langsam ins Mikrofon flüstern. Nicht selten wird dabei ein Rollenspiel, mit dem Zuschauer als Gegenstand der Interaktion, simuliert. Zusätzlich zu der sanften Stimme des ASMRtists kommen verschiedene Gegenstände zum Einsatz, die meist im Bild gezeigt werden und durch die Töne, die mit ihnen erzeugt werden, als Trigger dienen. Diese rein instrumentalen Trigger-Geräusche können beispielsweise Klopfen, Kratzen, Bürsten, Streichen, Klicken oder Brummen sein (Kovacevich & Huron, 2019).

In einer Studie aus dem Jahr 2018 haben die Teilnehmer beantwortet, von welchen der vorgegebenen Beispiele sie getriggert werden. In der folgenden Abbildung sind die Ergebnisse aufgelistet und nach der Anzahl der Menschen, die von ihnen getriggert werden, sortiert:

Table 1. Common triggers, age of onset and ASMR video use in ASMR participants (N = 813).

Number of triggers—of 13 (M—(SD))	6.76 (3.30)
Trigger type (N—(%))	
People speaking softly	598 (74)
Getting your hair played with/brushed	591 (73)
Whispering	569 (70)
Close personal attention	530 (65)
Getting a haircut	456 (56)
Interaction with face or head	447 (55)
Tapping on hard surfaces (e.g., wood)	418 (51)
Watching people do things in a careful, attentive way (e.g., filling out a form)	415 (51)
Hand movements (visual)	386 (48)
Scratching sounds	381 (47)
Water/fluid sounds	294 (36)
Lip-smacking	244 (30)
Observing/listening to someone eating	166 (20)

Abbildung 11: Häufige Trigger in ASMR-Videos (Poerio et al., 2018)

Die oben genannten Trigger sind wirkungsvoll und kommen daher häufig in ASMR-Videos vor. Allerdings geht aus der Studie von 2018 auch hervor, dass nicht jeder Trigger bei allen Personen, die ASMR erfahren können, auch die gleiche Wirkung erzielt. Ähnlich wie durch Musik hervorgerufene Gänsehaut, die, wie Studien gezeigt haben, bei unterschiedlichen Personen nicht zuverlässig durch die gleichen musikalischen Reize hervorgerufen werden kann, ist auch ASMR ein individuelles Erlebnis. Das erklärt die unterschiedlichen Präferenzen von ASMR-Videos und die damit verbundene weite Bandbreite an verschiedenen ASMR-Videos auf YouTube (Poerio et al., 2018, S. 8–9).

3.1.2 Eigenschaften

Dennoch kann man Aussagen über bestimmte Eigenschaften eines ASMR-Videos treffen, die für die Mehrheit der Nutzer und Menschen, die ASMR erfahren können, einen positiven Einfluss haben.

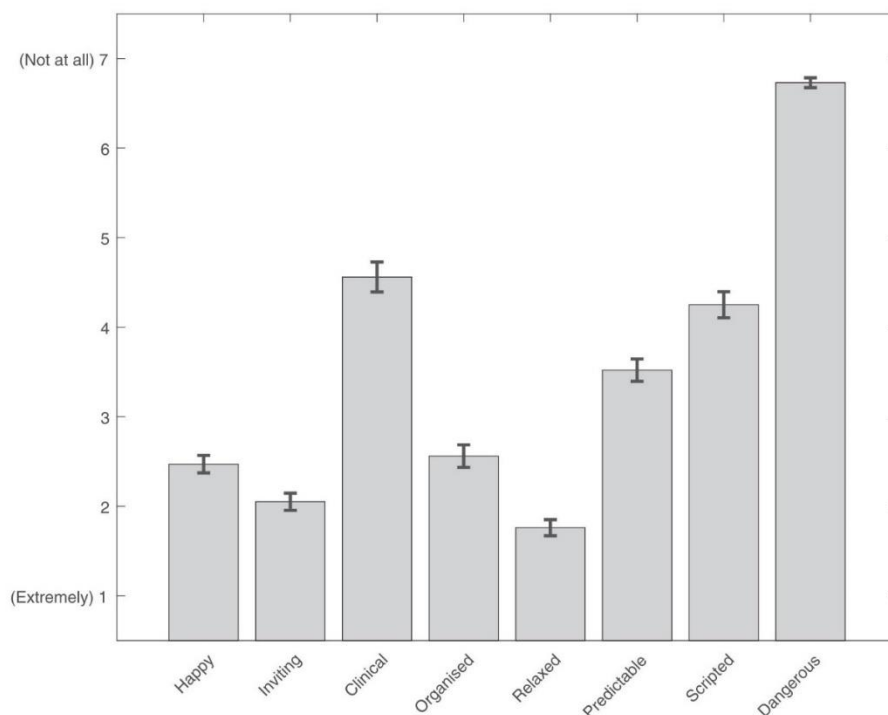


Abbildung 12: Eigenschaften, die mit einem wirksamen ASMR-Video assoziiert werden (Barratt et al., 2017, S. 6)

Teilnehmer einer Studie aus dem Jahr 2017 bewerteten Eigenschaften der Stimmung ihres liebsten ASMR-Videos auf einer Skala von 1-7 (siehe Abbildung 12). Eigenschaften, die von den meisten als zutreffend bewertet wurden, sind „glücklich“, „einladend“ und „entspannt“. Als gar nicht zutreffend wurde die Eigenschaft „gefährlich“ bewertet. Des Weiteren ist für viele ein ASMR-Video ineffektiv, wenn die Handlungen zu vorhersehbar sind und vorbereitet wirken. Manche gehen sogar so weit und sagen, dass sie nur getriggert werden, wenn sie das Video noch nicht kennen und somit nicht wissen, welcher Trigger als nächstes kommt (Barratt & Davis, 2015, S. 6).

Darüber hinaus kann die Distanz des Trigger-Objektes zu der Kamera einen Einfluss auf dessen Wirkung haben. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass die Intensität des ASMR-Erlebnisses stärker ist, umso näher das Trigger-Objekt an der Kamera ist. Die optimale Distanz liegt zwischen 10 und 60 cm, ist allerdings abhängig von der Art und der Größe des Objektes (siehe folgende Abbildung).

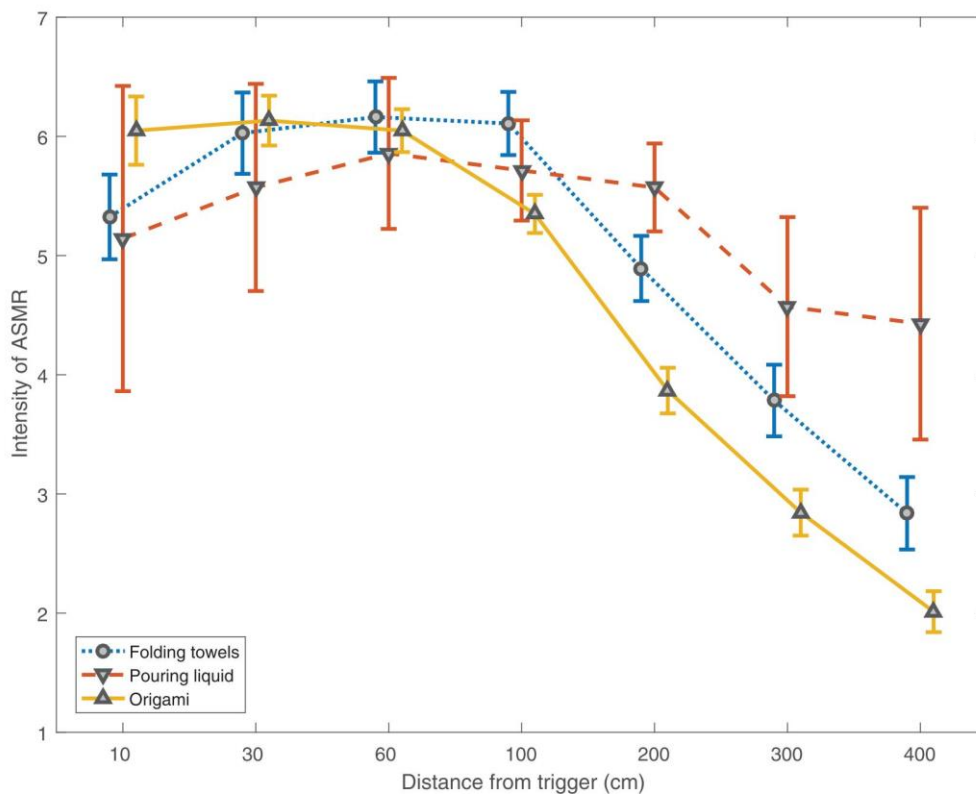


Abbildung 13: Intensität des ASMR-Erlebnisses abhängig von der Distanz des Trigger-Objekts (Barratt et al., 2017, S. 8)

In der gleichen Studie, in der die optimale Distanz eines Trigger-Objektes zur Kamera untersucht wurde, wurden die Teilnehmer auch nach der idealen Dauer gefragt, um sich auf einen Trigger zu konzentrieren. Diese liegt laut der Studie zwischen 1 und 10 Minuten. Die Ergebnisse lassen überdies darauf schließen, dass eine Länge von 5-7 Minuten für den Großteil der Zuschauer akzeptabel wäre (Barratt et al., 2017, S. 11). Fast die Hälfte der Befragten empfinden außerdem zwei Trigger zur selben Zeit als angenehm (Barratt et al., 2017, S. 5).

3.1.3 Audio

Die Trigger in ASMR-Videos sind audiovisuell. Es ist den Zuschauern wichtig, dass Bild und Ton übereinstimmen und die gezeigten Objekte die Geräusche machen, die man erwartet zu hören, wenn man sie sieht oder wenn der ASMRtist sie benutzt. Dieser Umstand ist für die

meisten Menschen, die ASMR erfahren können, sehr wichtig, um getriggert zu werden (siehe folgende Abbildung).

	Extremely important (%)	Very important (%)	Moderately important (%)	Slightly important (%)	Not at all important (%)
Focus on small physical details	11	24.4	26.8	13.4	24.4
Focus on symmetry	7.1	14.2	24.4	15	39.4
The colour of the object	1.6	8.7	12.6	23.6	53.5
Focus on the material the object is made from	13.4	30.7	27.6	17.3	11
Sounds that the object would make if manipulated by the host	51.2	33.1	8.7	5.5	1.6

Abbildung 14: Wichtigkeit verschiedener Faktoren, um ASMR zu triggern (Barratt et al., 2017, S. 9)

Außerdem kommen mehrere Studien zu dem Ergebnis, dass die visuellen Aspekte und der Inhalt eines ASMR-Videos weniger essenziell sind, als die auditiven Elemente und, dass akustische Trigger ASMR einfacher hervorrufen, als visuelle Trigger (Barratt et al., 2017, S. 10; Kobayashi, 2015; Kovacevich & Huron, 2019). Auch die Tonhöhe der Trigger-Geräusche kann die Intensität der Tingles verändern. Tiefe Klänge sind effektiver und führen eher dazu starke Tingles zu erfahren. Hintergrundmusik dagegen kann das Gefühl hemmen (Barratt et al., 2017, S. 7).

3.1.4 Aufnahmetechnik

Über die Jahre hat das Interesse an ASMR-Videos stark zugenommen und auch die Aufnahmetechnik hat sich verbessert. ASMRtists haben ihr Equipment aufgewertet und legen mehr Wert auf die Produktionsqualität der Videos. Bessere Kameras, eine gut ausgeleuchtete Kulisse und eine professionelle Bearbeitung im Anschluss gehören mittlerweile zum Standard der erfolgreichsten ASMRtists. Auch binaurale Mikrofone haben einen höheren Stellenwert angenommen. Sowohl die Konsumenten, als auch die ASMRtists legen Wert auf ein qualitativ hochwertiges Klangbild (Abbruzzese, 2015; Kovacevich & Huron, 2019). Ein Großteil der Nutzer konsumiert regelmäßig binaural aufgenommene ASMR-Videos. Diese rufen bei vielen Konsumenten eine intensivere ASMR-Erfahrung hervor und werden im Vergleich zu herkömmlich aufgenommenen ASMR-Videos als effektiver empfunden (Barratt et al., 2017, S. 7).

3.1.5 Atmosphäre

Nicht nur ein intensives Klangerlebnis, das durch binaurale Tonaufnahmen und dem Verwenden von Kopfhörern erreicht werden kann, ist vielen Menschen wichtig, die ASMR-Videos schauen. Um ASMR hervorzurufen, ist es entscheidend, sich auf die Trigger fokussieren zu können (Kobayashi, 2015). Generell wird eine ruhige Umgebung und ein entspannter Zustand beim Konsumieren von ASMR-Videos bevorzugt. Die meisten Leute schauen ASMR-Videos daher häufig abends bevor sie schlafen gehen (Barratt & Davis, 2015, S. 6). Laute und öffentliche Orte sind für ein intensives ASMR-Erlebnis eher ungeeignet (Barratt et al., 2017, S. 9–10). Gleichwohl hat eine Studie gezeigt, dass es möglich ist, ASMR auch in lauten Umgebungen wie der eines Kernspintomographen zu erfahren (Lochte et al., 2018, S. 300).

3.2 Musikvideos

Beim Hören des Wortes „Musikvideo“ entstehen bei vielen Menschen wahrscheinlich direkt Bilder im Kopf. Von dem Videoclip eines Songs ihrer Lieblingsband oder vielleicht auch einem zufälligen Musikvideo, das sie kürzlich auf YouTube gesehen haben und das ihnen in Erinnerung geblieben ist. In jedem Fall können die allermeisten mit dem Begriff etwas anfangen. Ihn klar zu definieren ist dagegen nicht ganz so leicht.

3.2.1 Definition

„Musikvideos bzw. Videoclips sind in der Regel drei- bis fünfminütige Videofilme, in denen ein Musikstück [...] von einem Solointerpreten oder einer Gruppe in Verbindung mit unterschiedlichen visuellen Elementen präsentiert wird“ (Schmidt et al., 2009, S. 12). So lautet eine mögliche Definition. In einem Musikvideo sollte außerdem das gezeigte Material durch den Schnitt oder visuelle Effekte technisch verändert werden und nach Martin Lilkendey ein Musikstück „filmisch narrativ, performativ oder assoziativ thematisiert und gleichzeitig hörbar“ (Winkler, 2020) gemacht werden. Die musikalische Vorlage bildet dabei die Grundlage des Musikvideos. Sie bestimmt meistens die Länge des Clips und kann beispielsweise durch den Songtext eine mögliche Handlung vorgeben (Dietrich, 2022).

3.2.2 Geschichte

Neben der Definition des Musikvideos ist die Frage nach dem Beginn der Geschichte des Formats ein weiterer Punkt, der ungeklärt ist und es womöglich auch für immer bleiben wird. In der Literatur wird meist der Videoclip zu *Bohemian Rhapsody* von der Band *Queen* aus dem Jahr 1975 als erstes Musikvideo genannt. Die „goldene Ära des Musikvideos“ (Winkler, 2020) beginnt sechs Jahre später als im Jahr 1981 *MTV* auf Sendung geht.

Zu dieser Zeit steckt die Tonträgerindustrie in einer Krise und *MTV* schafft mit Musikvideos ein neues und effektiveres Werbemedium. Die vielen Vorteile des Musikvideos fassen Schmidt et al. (2009) so zusammen:

Die Inszenierung des Künstlers im Clip ist Auftritt und Werbung zugleich, ist „performanceas-promotion“ (Goodwin 1992, S. 25). Damit ist eine Waren- und Werbeform geschaffen, die das Produkt „Popmusik“ nicht nur synästhetisch erweitert, sondern auch in weitaus höherem Maße manipulierbar, reproduzierbar und distribuierbar macht. Das kommerzielle Musikvideo garantierte somit eine kostengünstige (im Vergleich zu Tourneen), globale und reichweitenintensive (durch die Verbreitung via TV), vernetzte und integrierte (Visualisierung schafft ein größeres Potenzial für Strategien der Cross-Media-Promotion) sowie kontrollierbare (aufgrund höherer vertikaler Integration) Form der Promotion von Popmusik. (S. 24-25)

Die Plattenfirmen erleben durch diese neue Art der Werbung eine erhebliche Umsatzsteigerung. Dies hat zur Folge, dass die verfügbaren Budgets für Musikvideos ansteigen. Einen Meilenstein in dieser Entwicklung setzt Michael Jackson mit dem Kurzfilm zu seinem Song *Thriller*. Die Produktionskosten für das knapp 14-minütige Video liegen zwischen 500.000 und einer Million US Dollar. Im Jahr 1995 stellt er den damaligen Rekord für das teuerste Musikvideo aller Zeiten auf: Die Kosten für das Video zu seinem Song *Scream* betragen sieben Millionen US Dollar (Winkler, 2020).

Mittlerweile spielt das Musikfernsehen schon lange keine Rolle mehr. Seit den Nullerjahren hat sich die Heimstätte des Musikvideos ins Internet verschoben. Dort gibt es zahlreiche Video-Plattformen. YouTube ist davon mit Abstand die erfolgreichste und gleichzeitig auch die

„bedeutendste Musikvideo-Abspielstation aller Zeiten“ (Winkler, 2020). Durch die globale Vernetzung ist es möglich, dass Musikvideos innerhalb weniger Tage Klicks im Millionenbereich erzielen und Künstlern somit in kürzester Zeit zu internationaler Bekanntheit verhelfen können.

Durch Plattformen wie TikTok entstehen zusätzlich ganz neue Wege, Musikvideos zu erstellen und zu veröffentlichen. Die App ermöglicht es den Nutzern eigene Videos zu ihren Lieblingssongs zu gestalten und hochzuladen. Dies hat nicht nur die Demokratisierung des Mediums Musikvideo zur Folge, sondern zeigt auch, dass die „Geschichte des Musikvideos [...] untrennbar verbunden mit dem technischen Fortschritt der audiovisuellen Medien“ (Winkler, 2020) ist.

3.2.3 Arten von Musikvideos

Grundsätzlich werden drei Arten von Musikvideos unterschieden: Performative Musikvideos, Narrative Musikvideos und experimentelle Musikvideos.

Die wahrscheinlich häufigste Form sind performative Musikvideos, auch Performance-Clips genannt. Bei ihnen steht der Künstler (oder die Band) im Zentrum des Videos und wird dabei gezeigt, wie er seinen Song performt. Die Aufführung kann an verschiedenen Orten stattfinden: Im Studio, auf der Bühne, im Proberaum oder auch im Freien, z. B. vor einer schönen Naturlandschaft. Der gewählte Ort kann dazu dienen, das Image des Künstlers/der Band zu vermitteln oder auch die Atmosphäre des Songs zu untermalen. Ein Beispiel für ein klassisches performatives Musikvideo ist der Clip zu dem Song „Every Breath You Take“ von *The Police* (Kohlmann, 2020; Schneider, 2022).

„Narrative Musikvideos erzählen kurze, dramaturgisch aufgebaute Geschichten und haben den Charakter eines in sich geschlossenen Kurzfilms“ (Stiletto, 2020). Mit diesem Satz bringt der Medienpädagoge Stefan Stiletto den Kern der zweiten Art von Musikvideos auf den Punkt. Narrative Musikvideos nutzen oft den Text des Songs als drehbuchartige Vorlage. Der Interpret kann dabei selbst eine Haupt- oder Nebenrolle im Kurzfilm spielen oder auch gar nicht im Video zu sehen sein. Zusätzlich kann der Song durch Dialoge im Film unterbrochen oder durch

einen Prolog oder Epilog erweitert werden. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist das Musikvideo zu „Thriller“ von Michael Jackson (Schneider, 2022; Stiletto, 2020).

Zur Gattung der experimentellen Musikvideos gehören alle „freien, nicht-narrativen künstlerischen Formen des bewegten Bildes“ (Daßinnies, 2020). Da diese Videos experimentell sind, können sie jegliche Art von Bildern oder auch Computergrafiken enthalten. Diese hängen allerdings meist von der Persönlichkeit und den künstlerischen Interessen des Musikers ab. Aufgrund der verschiedenen Mischformen und den teilweise verschwimmenden Grenzen der Arten, ist diese letzte Ausdrucksform etwas schwieriger zu greifen. Ein Beispiel hierfür ist das Musikvideo zu dem Song „Sledgehammer“ von Peter Gabriel (Daßinnies, 2020; Schneider, 2022).

4 Produktion der Musikvideos

4.1 Konzept

Mit den gewonnenen Erkenntnissen und dem erlangten Wissen werden nun zwei Musikvideos produziert, die die nötigen Voraussetzungen erfüllen, um beim Zuschauer ASMR auslösen zu können und gleichzeitig als musikalisches Werk zu funktionieren. Die Herausforderung dabei ist es, einen Mittelweg zu finden, der diese Simultaneität ermöglicht. Aus diesem Grund werden statt nur einem Musikvideo zwei verschiedene Versionen produziert. Die erste Version ähnelt mehr einem typischen ASMR-Video und die zweite Version mehr einem performativen Musikvideo. Beiden Versionen dient ein Song als Grundlage, auf dessen Basis die Musikvideos produziert werden.

Die Aufteilung in zwei Varianten ermöglicht es, bei der Produktion mehr zu experimentieren und anschließend beide Ansätze miteinander vergleichen zu können. So lässt sich herausfinden, ob ein Ansatz sich womöglich besser für das gesteckte Ziel eignet, beide auf ihre Weise funktionieren und unterschiedliche Zwecke erfüllen oder – im schlechtesten Fall – beide Versionen unbrauchbar sind.

Die Musikvideos bestehen jeweils aus zwei Komponenten: Audio und Video. Die Audioproduktion ist der erste Schritt in der Umsetzung und geschieht unabhängig vom Video. Letzteres wird im Anschluss produziert, wenn die Audioproduktion bereits abgeschlossen ist. Um die Versionen miteinander vergleichen zu können, wird für beide der gleiche Song als Grundlage verwendet. Dieser wird je nach Version unterschiedlich interpretiert, aufgenommen und produziert.

Das Musikstück, das als Vorlage dient, ist der Pop-Song „Nur ein Wort“ der deutschen Band *Wir sind Helden* aus dem Jahr 2005. Der Song wurde aus verschiedenen Gründen ausgewählt: Da die Zielgruppe deutschsprachig ist, macht es Sinn, wenn der Song das auch ist. Der deutsche Songtext ist leicht verständlich und macht den Song zugänglicher für die Hörer. Dadurch ist es möglich, Emotionen nicht nur über die Musik und Töne, sondern auch über die gesungenen Worte zu erzeugen. Zudem sind die Band und insbesondere der Song einem Großteil

der Menschen in Deutschland bekannt. Dies hat den Vorteil, dass viele Hörer den Song wahrscheinlich bereits kennen und dieser möglicherweise sogar eine Bedeutung für sie hat.

Ein weiterer Grund für die Wahl des Songs ist der Inhalt des Textes und der Fakt, dass dieser aus der Ich-Perspektive geschrieben ist. In typischen ASMR-Videos, wendet sich der ASMRtist oft direkt an den Zuschauer, schaut ihm durch die Kamera in die Augen und spricht ihn an. Diese persönliche Zuwendung schafft Nähe und kreiert eine Bindung zwischen ASMRtist und Zuschauer und ist daher einer der wichtigsten ASMR-Trigger. Auch in dem Liebessong „Nur ein Wort“ spricht das lyrische Ich seinen imaginären Gegenüber direkt an. Darüber hinaus enthält der Text viele einzigartige Metaphern und ist dennoch leicht zu verstehen.

Im Original ist der Song relativ schnell und animiert beim Zuhören fast schon zum Tanzen. Für einen ASMR-Song, der zur Entspannung verhelfen soll, ist diese Tatsache allerdings kontraproduktiv. Aus diesem Grund wird das Tempo des Songs in beiden Versionen von 92 BPM (Beats per minute) auf 80 BPM reduziert. Somit wird der Song unmittelbar ruhiger.

4.2 Version 1 (Priorität: ASMR)

Die erste Version des Musikvideos soll visuell und auditiv möglichst nah an einem typischen ASMR-Video sein. Wie sich aufgrund dieser Tatsache die Audio- und Videoproduktion gestaltet, wird in den folgenden Kapiteln beschrieben.

4.2.1 Audioproduktion

ASMR-Videos gibt es in den verschiedensten Ausführungen. Für das erste Musikvideo wird versucht, möglichst viele Charakteristika von ASMR-Videos aufzugreifen und anschließend auf das Musikvideo zu übertragen. Dabei gilt es, nicht wahllos alle möglichen Trigger und Eigenschaften zu übernehmen, sondern gezielt zu filtern, was sich eignet und was für die Anwendung eher unpassend ist.

Ziel bei der Audioproduktion ist es, ein Musikstück zu kreieren, in dem akustische Trigger im Vordergrund stehen und durch diese ASMR auszulösen. Hierbei spielt vor allem der Einsatz der Stimme eine essenzielle Rolle. Da eine sanfte Stimme und Flüstern zwei der häufigsten

ASMR-Trigger sind (vgl. 2.3.1, Abb. 3 und 3.1.1, Abb. 11), werden diese bei dem Song in den Fokus gesetzt. Des Weiteren werden verschiedene Geräusche, die üblicherweise in ASMR-Videos als Trigger genutzt werden, hier in Form perkussiver Elemente verwendet. Da Hintergrundmusik das Gefühl von ASMR hemmen kann (vgl. 3.1.3), werden alle anderen Instrumente und Töne eher dezent gehalten; es wird ausschließlich auf ruhige Klänge zurückgegriffen.

Die Basis des Instrumentals bildet eine elektronisch erzeugte Nylon Gitarre, die durch Verfremdung ähnlich wie ein Klavier klingt. Im Refrain gesellt sich ein Subbass zu der Gitarre und ab der zweiten Strophe kommt noch eine Fläche hinzu. Gitarre und Fläche spielen jeweils Akkorde auf die erste Zählzeit. Der Subbass spielt dazu die jeweiligen Grundtöne und erweitert das Stück um tiefe Frequenzen, die einen positiven Einfluss auf die Wirkung von ASMR haben können (vgl. 3.1.3). Mit Absicht sind dies die einzigen Harmonieinstrumente im ganzen Song. Sie spielen leise im Hintergrund und sollen lediglich eine melodische Grundlage schaffen.

Das Tippen mit dem Fingernagel auf dem Display eines Smartphones wird in verschiedenen Variationen als Rhythmusinstrument genutzt. Dazu kommt eine elektronisch erzeugte Bass Drum, die im Refrain auf die erste und dritte Zählzeit geschlagen wird. Nach dem zweiten Refrain folgt ein Zwischenspiel, in dem zusätzliche händisch erzeugte Geräusche, wie das Streicheln eines Fells, das Aneinanderreiben der Finger und das Streichen mit dem Pinsel, hinzukommen.

Die genannten Geräusche werden alle – ebenso wie die Stimme – mit dem *KU100* von *Neumann* aufgenommen. Dieses Kunstkopfmikrofon sorgt für ein vollständig immersives Klangerlebnis, welches wiederum beim Zuschauer eine intensivere ASMR-Erfahrung hervorrufen kann (vgl. 3.1.4). Viele ASMRtists greifen daher bei der Produktion ihrer Videos ebenfalls auf binaurale Mikrofone zurück. Vor allem beim Einsatz der Stimme macht sich der Unterschied zu einem herkömmlichen Kondensatormikrofon bemerkbar.



Abbildung 15: Neumann KU 100 (Quelle: www.thomann.de/de/neumann_ku100.htm)

Wie in Abbildung 15 zu erkennen, ist der Kunstkopf eine Nachbildung eines echten menschlichen Kopfes. Er hat zwei Mikrofone dort eingebaut, wo sich beim Menschen das Trommelfell befindet. Diese Besonderheit ermöglicht beim Hören einer Kunstkopfaufnahme mit Kopfhörern, im Gegensatz zu der Aufnahme eines herkömmlichen Mikrofons, bei der die Schallquelle im Inneren des Kopfes lokalisiert wird, ein sehr realistisches räumliches Klangbild. Der Hörer kann genau lokalisieren wo im Raum der Schall bei der Aufnahme ausgesendet wurde.

Die Gesangs- und Stimmaufnahmen werden bei dieser Version von einer weiblichen Sängerin übernommen, da auch die Mehrheit der bekanntesten ASMRtists weiblich ist. Die sanfte Stimme soll, wie in vielen ASMR-Videos, der Haupttrigger sein. Daher wird der gesamte Song mit flüsternder Stimme performt. Die Stimme wandert in der Strophe von einem Ohr zum anderen und ist dabei teilweise ganz dicht an der Ohrmuschel. Dies suggeriert beim Hören eine extreme Nähe der Sängerin. Im Refrain kommen weitere geflüsterte Stimmen hinzu, die sich dreidimensional um den Kopf herumbewegen und so ein intensiveres räumliches

Hörerlebnis schaffen. Folgende Abbildung zeigt die Sängerin bei den Aufnahmen mit dem Kunstkopf:



Abbildung 16: Aufnahmen mit dem Kunstkopfmikrofon (Quelle: Eigene Aufnahmen)

Die geflüsterten Stimmen werden zusätzlich von ruhigen Gesangsstimmen unterstützt, die an unterschiedlichen Stellen im Raum, ein paar Meter entfernt vom Kunstkopf, aufgenommen wurden. Sie sind zu Beginn nur leise im Hintergrund zu hören. Gegen Ende des Songs vermehren sie sich und rücken immer weiter in den Vordergrund, sodass im letzten Refrain eine Harmonie zwischen den verschiedenen Stimmen entsteht. Die letzte Zeile des Songs wird anschließend nur geflüstert und löst dadurch den entstandenen Chor wieder auf.

4.2.2 Videoproduktion

Ebenso wie das Audio wird auch das Video nach dem Vorbild eines typischen ASMR-Videos gestaltet. Das bedeutet, dass die Sängerin in einer Naheinstellung dauerhaft im Mittelpunkt des Bildes zu sehen ist. Durch eine gezielte Ausleuchtung und angepasste Kameraeinstellung erscheint der Hintergrund, vor dem sie sitzt, tiefschwarz und erlaubt es so dem Zuschauer, sich voll und ganz auf die Performance der Sängerin zu konzentrieren. Zudem strahlt eine Leuchte mit reduzierter Helligkeit rotes Licht auf den Hinterkopf der Sängerin und gestaltet

das Bild durch diesen Akzent etwas lebendiger. In der folgenden Abbildung sind verschiedene Sequenzen des finalen Videos zu sehen:

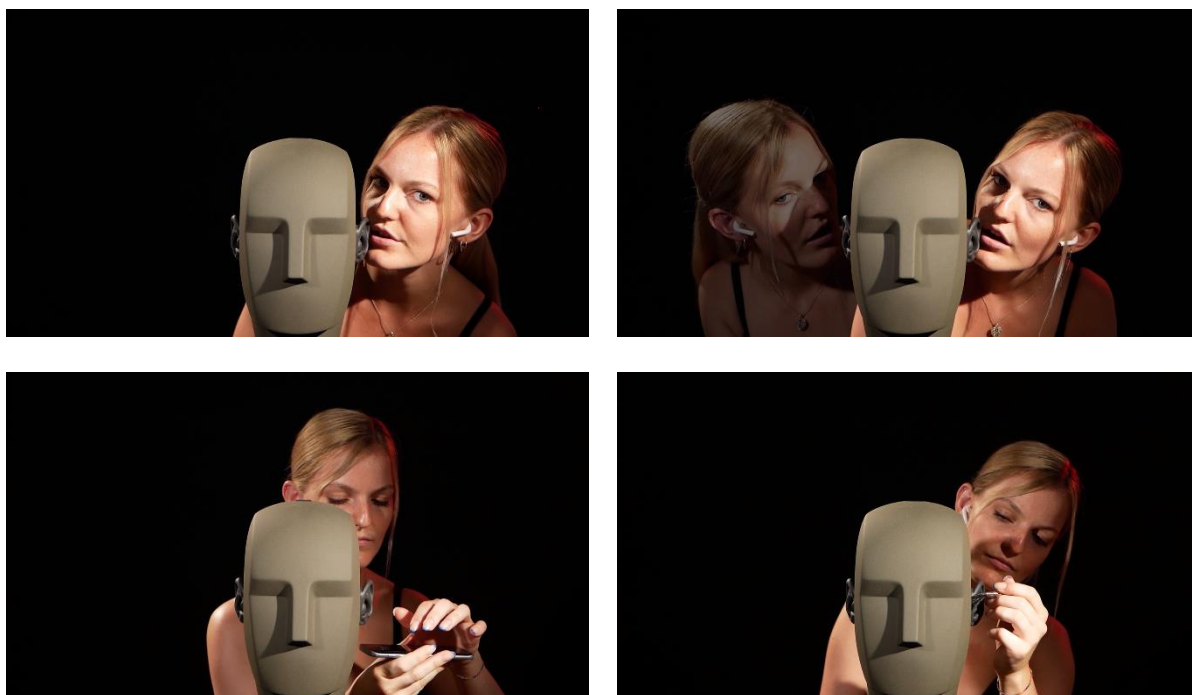


Abbildung 17: Finales Video - Version 1 (Quelle: Eigene Aufnahmen)

Vor der Sängerin befindet sich das Kunstkopfmikrofon, in das sie die zuvor aufgenommenen geflüsterten Stimmen synchron zum Song performt. Sie wandert auch hier von Ohr zu Ohr des Kunstkopfes, je nachdem, wo sich die Stimme räumlich gerade befindet. Im Refrain sind mehrere Stimmen gleichzeitig zu hören. Dies wird auch durch das Video erkennbar gemacht, indem eine Videosequenz mit halbdurchlässiger Sichtbarkeit über die andere gelegt wird (siehe Abb. 17, rechts oben). Neben den Stimmen werden im Video auch die händisch erzeugten Geräusche im Video nachgestellt, sodass Bild und Ton übereinstimmen (siehe Abb. 17, unten).

In den meisten ASMR-Videos werden Audio und Video simultan aufgezeichnet. Durch die Komplexität des Songs, die Mehrstimmigkeit und, um eine einwandfreie Qualität der Aufnahmen zu gewährleisten, wurde dieser Prozess hierbei in zwei Schritte aufgeteilt. Nachfolgend ein paar Einblicke in den zweiten Schritt – die Produktion des Videos:



Abbildung 18: Videodreh - Version 1 (Quelle: Eigene Aufnahmen)

Außerdem wurden alle Clips während der Postproduktion vertikal gespiegelt, sodass sich die Sängerin im Video auf der gleichen Seite befindet wie der Ton. Das hat den Nachteil, dass sie dadurch ins „falsche“ Ohr flüstert, wenn man sich als Zuschauer in den Kunstkopf hineinversetzen würde. Wichtiger ist allerdings, dass die Bewegungen des Tons mit denen der Sängerin im Video übereinstimmen und diese nicht in entgegengesetzte Richtungen wandern. Dies ist auch der Standard in ASMR-Videos.

4.3 Version 2 (Priorität: Musik)

Die zweite Version eines Musikvideos mit ASMR-Technik ähnelt visuell, wie einleitend bereits erwähnt, mehr einem performativem Musikvideo und auch die Audioproduktion orientiert sich eher an der eines herkömmlichen Musikstücks.

4.3.1 Audioproduktion

Das auditive Ziel der zweiten Version ist es, einen Song zu produzieren, der vergleichbar mit einem gewöhnlichen Song ist, aber gleichzeitig ASMR induzierende Elemente enthält. Die Produktion wird reduziert und ruhig gehalten, da sie wie ASMR-Inhalte zur Entspannung dienen soll.

Eine live eingespielte Akustikgitarre bildet zusammen mit dem Gesang die Grundlage des Songs. Beides wird im Gegensatz zur ersten Version, in der ein Kunstkopfmikrofon zum Einsatz

kam, mit einem Kondensatormikrofon aufgenommen. Um einen weiteren Kontrast zur ersten Version zu schaffen, liefert die Stimme für den Gesang ein männlicher Sänger.

Der Song beginnt mit einem Zupfmuster der Akustikgitarre, ehe der ruhige Gesang einsetzt. Am Ende der ersten Strophe werden die sehr hohen und tiefen Frequenzen der Akustikgitarre mit einem Bandpassfilter herausgefiltert. Gleichzeitig werden die letzten zwei Zeilen vor dem Refrain geflüstert statt gesungen. Diese unerwartete Änderung soll den Hörer überraschen und eine mögliche Körperreaktion provozieren. Im Gegensatz zur ersten Version wird hier das Element des Flüsterns nur vereinzelt und gezielt eingesetzt, damit der Song weiterhin als solcher zu erkennen ist und sich stärker von der ersten Version abhebt.

Im nachfolgenden Refrain wird die flüsternde Stimme fortgesetzt und durch zwei weitere geflüsterte Stimmen, die im Stereomix jeweils ganz links und ganz rechts liegen, verstärkt. Ab der zweiten Hälfte des Refrains setzt zusätzlich zu Schnipsern auf jede zweite Zählzeit, die anstelle einer normalen Snare-Drum verwendet werden, und einem Bass, der das Frequenzspektrum um tiefe Frequenzen erweitert, wieder die ruhige Gesangsstimme ein. All diese Stimmen sind mit sehr geringem Abstand zum Mikrofon aufgenommen, um den Gesang näher und intimer wirken zu lassen. Ab der zweiten Strophe unterstützt eine Fläche die anderen Instrumente und verleiht dem Song etwas mehr Fülle.

Im Verlauf des Songs werden die Refrains nach und nach durch verschiedene Stimmen ergänzt. Die Überlagerung der normalen Gesangsstimmen mit den hinzukommenden oktavierten Stimmen, Zweitstimmen und unterschiedlich bearbeiteten Stimmen erzeugt Harmonien, die das Musikstück größer und voller wirken lassen. Darüber hinaus kommen im letzten Refrain eine Bass-Drum, eine Snare-Drum und Maracas als rhythmische und treibende Komponenten dazu, sodass sich der Song von Beginn an bis zum Schluss stetig steigert und sich schließlich in der letzten Zeile, wo wieder nur die Gitarre und der Gesang vom Anfang zu hören sind, auflöst.

4.3.2 Videoproduktion

Das performative Musikvideo ist passend zum Song ruhig und unaufgeregt gestaltet. Der Sänger liegt zu Beginn entspannt auf einem Tisch vor einer Naturlandschaft und spielt den Song

auf seiner Gitarre. Im Hintergrund sind weite Felder und vereinzelt Bäume zu sehen. Sobald er anfängt zu singen, filmt die Kamera von oben in einer Naheinstellung auf sein Gesicht und bewegt sich in einer langsamen Bewegung von ihm weg. Durch diese Einstellung werden Nähe und eine gewisse Intimität zum Sänger geschaffen. Darüber hinaus hat der Sänger anfangs die Augen beim Singen geschlossen und vermittelt so Ruhe und Gelassenheit. Dies wird unterstrichen durch die wenigen Schnitte im Video und die langsamen und fließenden Bewegungen der Kamera.

Die Landschaft und die Abendsonne, die kurz vorm untergehen ist und immer wieder hinter dem Sänger hervorscheint, sorgen zusätzlich für eine entspannte Atmosphäre. Das Bild ist nicht vollkommen schwarzweiß, aber stark entsättigt, wodurch es unaufgeregter wirkt. Es besitzt noch leicht grüne und braune Farbanteile und hat einen Sepia-ähnlichen Look, wie in den folgenden Ausschnitten des finalen Videos zu erkennen ist:



Abbildung 19: Finales Video - Version 2 (Quelle: Eigene Aufnahmen)

5 Untersuchung

Im vorherigen Kapitel wurde auf zwei verschiedene Arten gezeigt, dass es möglich ist einen Song und ein dazu passendes Musikvideo mit ASMR-Technik zu produzieren. Um nun herauszufinden, wie die zwei verschiedenen Musikvideos auf Zuschauer bzw. Zuhörer wirken und, ob und welche Reaktionen durch diese ausgelöst werden, wird eine Untersuchung durchgeführt.

Speziell sollen das körperliche Empfinden und die damit einhergehenden psychischen und physischen Reaktionen der Zuschauer bzw. Zuhörer untersucht werden. Weitergehend soll festgestellt werden, wie sich die Gefühle und Reaktionen der Menschen, die ASMR erfahren können, von denen unterscheiden, die ASMR nicht erfahren können und ob es möglich ist, mit einem der Musikvideos ASMR auszulösen.

Es ist davon auszugehen, dass Menschen, die ASMR nicht erfahren können, das erste Musikvideo eher merkwürdig finden und als unangenehm wahrnehmen. Die zweite Version ist für sie wahrscheinlich in vielen Punkten ansprechender und angenehmer.

Spannend wird zu sehen sein, wie Menschen, die ASMR erfahren können, auf die beiden Musikvideos reagieren. Da das Gefühl von ASMR sehr individuell ist und es unterschiedliche Vorlieben bzw. wirkende Trigger gibt, können auch innerhalb dieser Personengruppe die Meinungen auseinander gehen. Dennoch lässt sich vermuten, dass die erste Version des Musikvideos für diese Menschen angenehmer ist und möglicherweise ASMR bei ihnen auslöst.

5.1 Durchführung

Als Methode der Datenerhebung wurde die Befragung gewählt. In der Umfrageverwaltungssoftware *Google Forms* wurde ein Fragebogen konstruiert, in dem neben verschiedenen Fragen auch die beiden produzierten Musikvideos implementiert wurden. Die Befragung wurde online durchgeführt, um möglichst viele Personen erreichen zu können und dadurch ein aussagekräftiges Ergebnis zu erhalten. Zudem mussten die Musikvideos über YouTube abgerufen werden, was einen Internetzugang und einen Bildschirm zum Anschauen voraussetzte.

Der Fragebogen umfasst insgesamt 29 Fragen, wovon 21 Pflichtfragen sind. Am Anfang des Fragebogens wird einleitend erklärt, womit sich die Befragung befasst, was die Probanden erwartet und dass sie Kopfhörer und eine ruhige Umgebung benötigen, um teilnehmen zu können. Dass das Thema ASMR Gegenstand der Befragung ist, wird zu Beginn bewusst nicht erwähnt, um die Teilnehmer im Vorhinein nicht zu beeinflussen.

Nach der Einleitung werden das Geschlecht und das Alter des Teilnehmenden abgefragt. Daraufhin wird das erste Musikvideo gezeigt und nochmals darauf hingewiesen, sich das Video nur mit Kopfhörer, in einer ungestörten Umgebung im Vollbildmodus anzuschauen und sich auf das Seh- und Hörerlebnis einzulassen. Es folgen insgesamt elf Fragen zu dem Musikvideo, welche die Gefühle und Körperreaktionen des Teilnehmers beim Schauen betreffen. Bei vier der elf Fragen können die Teilnehmer auf einer fünfstufigen Antwortskala angeben, wie sehr eine Aussage auf sie zutrifft. Hier am Beispiel der ersten Frage zu sehen:

Wie haben Sie sich beim Schauen des Videos gefühlt? *

	Trifft gar nicht zu	Trifft eher nicht zu	Neutral	Trifft eher zu	Trifft voll und ganz zu
Entspannt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestresst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufgeregt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Müde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glücklich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Traurig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gelangweilt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abbildung 20: Ausschnitt des Fragebogens (1)

Wenn gefragt wird, welche expliziten Gefühle und Körperreaktionen beim Schauen verspürt wurden oder wodurch diese ausgelöst wurden, stehen mehrere vorformulierte Antworten zur

Auswahl. Die Teilnehmer können hier beliebig viele Antworten auswählen. Zusätzlich haben sie, wie in der folgenden Abbildung zu sehen, die Option eine eigene Antwort zu formulieren.

Welche der folgenden Gefühle und Körperreaktionen haben Sie beim Schauen des *
Videos verspürt?

- Kribbeln im Kopf
- Kribbeln im Schulter-, Nacken-, oder Rückenbereich
- Gänsehaut
- Schauer über den Rücken
- Wohlgefühl
- Gefühl der Wärme
- Geborgenheit
- Keine
- Sonstiges: _____

Abbildung 21: Ausschnitt des Fragebogens (2)

Da zu erwarten ist, dass sowohl Menschen teilnehmen, die ASMR erfahren können, als auch Menschen, die dies nicht können, wird in den Fragen nicht explizit nach ASMR-Tingles gefragt, sondern lediglich nach Gefühlen und Körperreaktionen. Die Gefühle und Körperreaktionen, die als Antwortmöglichkeiten zur Auswahl stehen, können allerdings ein Bestandteil einer ASMR-Reaktion sein.

Die Fragen nach der Häufigkeit und Dauer der Körperreaktionen werden in Form von Multiple Choice-Fragen gestellt, die nur eine mögliche Antwort zulassen. Siehe folgende Abbildung:

Wie oft während des Schauens haben Sie eine Reaktion des Körpers verspürt? *

- Gar nicht
- Einmal
- Zweimal
- Dreimal
- Viermal
- Mehr als viermal

Abbildung 22: Ausschnitt des Fragebogens (3)

Abschließend folgen noch drei Fragen, bei denen die Teilnehmer die Möglichkeit haben, detaillierte individuellere Antworten in Form eines freien Textes zu geben. Sie können diese Fragen allerdings auch überspringen. Hier ein Beispiel:

Was hat Sie gestört bzw. davon abgehalten eine Körperreaktion zu bekommen?

Meine Antwort

Abbildung 23: Ausschnitt des Fragebogens (4)

Nachdem alle Fragen in Bezug auf das erste Musikvideo beantwortet wurden, wird das zweite Musikvideo gezeigt. Anschließend werden die gleichen elf Fragen zu dieser Version des Musikvideos gestellt.

Nachdem die beiden Musikvideos geschaut und alle Fragen dazu beantwortet wurden, folgt der letzte Teil der Befragung. Der Teilnehmer wird nun darauf aufmerksam gemacht, dass es in der Befragung um ASMR geht und erhält im Zuge dessen eine kurzgefasste Erklärung, was ASMR ist. Nachfolgend werden fünf Fragen gestellt, die sich auf das Verhältnis des Teilnehmers und seine Einstellung zu ASMR, beziehen. Unter anderem wird gefragt, ob man das Gefühl von ASMR erfahren kann. Dadurch können die Teilnehmer bei der Auswertung in Gruppen

aufgeteilt werden: Menschen, die ASMR erfahren können, Menschen, die es nicht können und Menschen, die es nicht wissen.

Die Befragung war etwas mehr als zwei Wochen online und fand zwischen dem 29. September und dem 17. Oktober 2022 statt.

5.2 Auswertung

Aufgrund der Menge an Fragen und des Umfangs der Untersuchung werden im Folgenden ausschließlich die erkenntnisreichsten und für diese Arbeit relevantesten Ergebnisse dargelegt und veranschaulicht. Alle anderen Ergebnisse sind in Form von Diagrammen in vollen Umfang im digitalen Anhang zu finden.

5.2.1 Allgemeine Fragen zur Person und ASMR

Zunächst werden die Antworten auf allgemeine Fragen zur Person und deren Bezug zu ASMR dargestellt, um ein Bild davon zu bekommen, wer an der Untersuchung teilgenommen hat und wie deren Verhältnis zu ASMR ist.

An der Befragung haben insgesamt 75 Personen teilgenommen, von denen 43 (57,3%) weiblich und 32 (42,7%) männlich sind. Das Geschlechterverhältnis ist somit relativ ausgewogen.

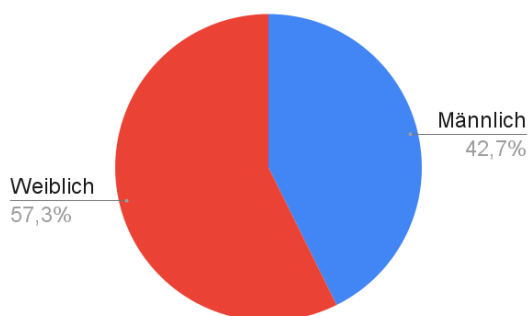


Abbildung 24: Geschlecht der Teilnehmer

Die Befragungsteilnehmer sind zwischen 16 und 67 Jahren alt. Zwei Drittel davon sind zwischen 20 und 30 Jahren alt.

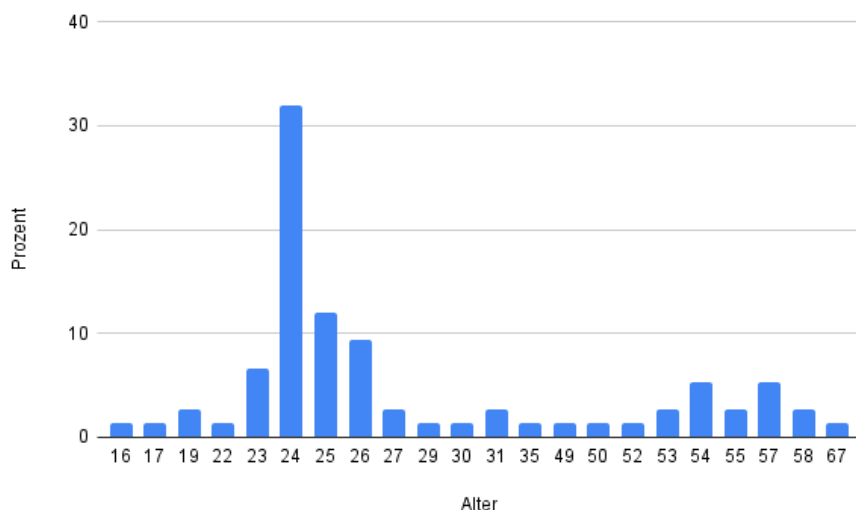


Abbildung 25: Alter der Teilnehmer

Der Großteil der Befragten (73,3%) hat den Begriff „ASMR“ vor der Umfrage schon einmal gehört. Nur knapp einem Viertel (26,7%) war der Begriff vor der Befragung noch unbekannt.

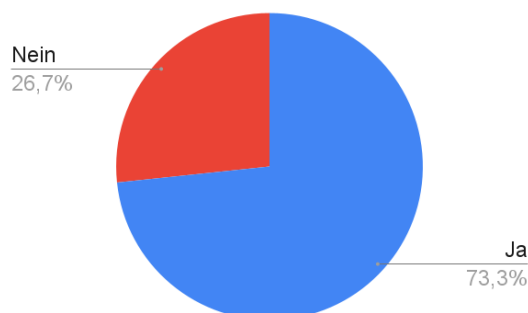


Abbildung 26: „Haben Sie den Begriff „ASMR“ vor dieser Umfrage schon einmal gehört?“

Dies lässt darauf schließen, dass ein Großteil der Teilnehmer bereits beim Schauen des ersten Videos ahnen konnte, worum sich die Umfrage drehen wird und möglicherweise schon eine vorgefestigte Meinung zu dem Thema hatte.

Obwohl nicht explizit nach Teilnehmern gesucht wurde, die ASMR erfahren können oder sich mit dem Thema auskennen, gaben überraschender Weise über die Hälfte der Befragten an, das Gefühl von ASMR erfahren zu können:

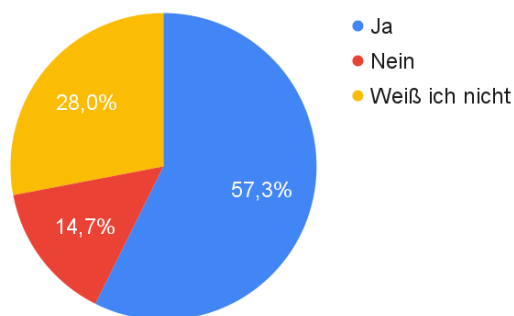


Abbildung 27: „Können Sie das Gefühl von ASMR erfahren?“

Im Gegensatz dazu gaben nur acht Prozent der Befragten an, regelmäßig (mindestens einmal pro Woche) ASMR-Videos zu schauen. Über 90 Prozent gaben hingegen an, dass sie im Durchschnitt „nie“ (70,7%) oder „weniger als einmal im Monat“ (21,3%) ein ASMR-Video schauen.

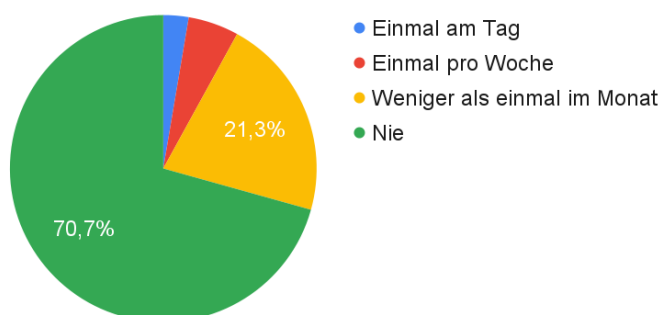


Abbildung 28: „Wie oft konsumieren Sie durchschnittlich ASMR-Videos?“

Ein Grund dafür, warum diese Videos von den Teilnehmern so selten geschaut werden, ist, dass die Videos nicht allen Leuten gefallen. 40 Prozent stehen diesen Videos eher negativ gegenüber. 26,6 Prozent der Befragten stehen neutral zu derartigen Videos und nur 33,3 Prozent finden diese „ganz gut“ oder „sehr gut“. Das Teilnehmerfeld ist somit relativ ausgeglichen. Es gibt sowohl Personen, denen ASMR-Videos grundsätzlich nicht gefallen, es gibt aber auch ähnlich viele Personen, denen die Videos gut gefallen:

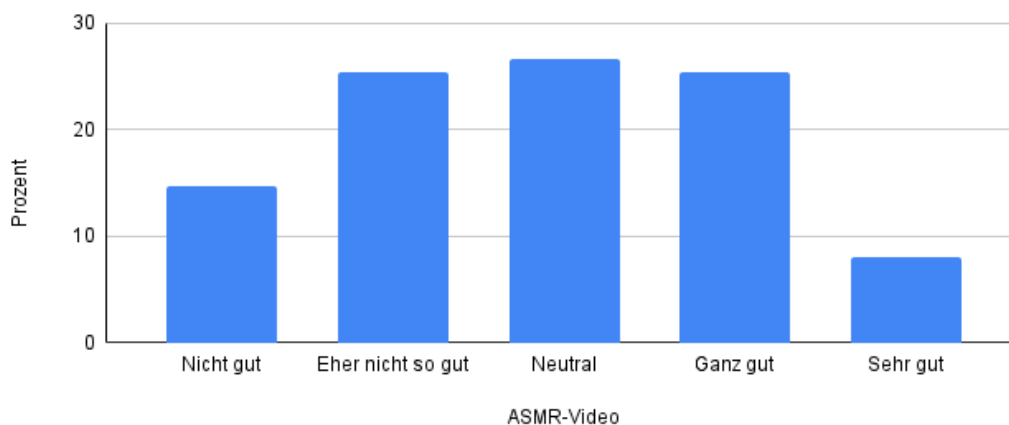


Abbildung 29: „Wie gefällt Ihnen diese Art von Videos grundsätzlich?“

Für die Frage, welche Trigger bei den Probanden ASMR auslösen, wurden die Reize in vier verschiedenen Gruppen zusammengefasst: Stimme (z.B. Flüstern, ruhige sanfte Stimme), Geräusche (z.B. Klopfen, Kratzen, Streichen), bestimmte Musik oder Songs und visuelle Reize (z.B. Persönliche Zuwendung, Handbewegungen, Bildstimmung).

Die Teilnehmer konnten beliebig viele Antworten auswählen. Zudem hatten sie die Option „Keine“ anzugeben oder einen eigenen Trigger hinzuzufügen. Letzteres taten allerdings nur drei Personen, deren Antworten für die Auswertung vernachlässigt werden.

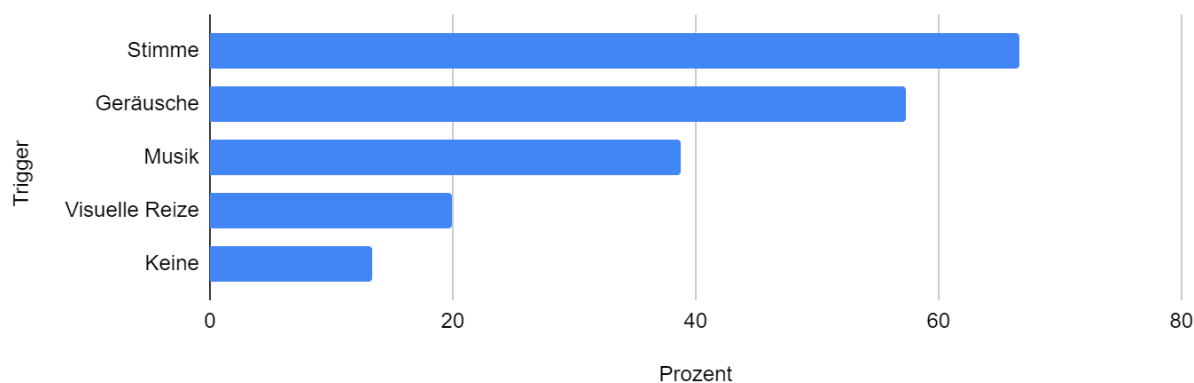


Abbildung 30: "Welche Trigger lösen ASMR bei Ihnen aus?"

Wie in Abbildung 30 zu erkennen, wurde die Stimme als häufigster Trigger (66,7%) genannt. Gefolgt von Geräuschen (57,3%) und Musik (38,7%). 20% gaben visuelle Reize als ASMR-Trigger an und 13,3% gaben an, dass keine Trigger bei ihnen ASMR auslösen. Diese Antworten stimmen mit denen vorheriger Studien überein, in denen (ausgenommen persönlicher Zuwendung) die Stimme bzw. Flüstern und bestimmte Geräusche die häufigsten ASMR-Trigger sind (vgl. Abb. 3 und Abb. 11).

5.2.2 Fragen zu den Musikvideos

Nun werden die Ergebnisse der Fragen zu den Musikvideos dargestellt. Die Antworten zum ersten Musikvideo werden den Antworten zum zweiten Musikvideo in Diagrammen gegenübergestellt. Dabei werden die Antworten der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, mit denen der Teilnehmer, die dies nicht können, miteinander verglichen. Diese Vorgehensweise wird für alle relevanten Fragen durchgeführt, um mögliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Wirkung der zwei Musikvideos auf Menschen, die ASMR erfahren können und denen, die es nicht können, festzustellen.

Etwas über ein Viertel der Befragten hat die Frage, ob sie ASMR empfinden können, mit „Weiß ich nicht“ beantwortet. Die jeweiligen Antworten dieser Personen werden in dem genannten Vergleich ausgeschlossen, da nicht klar ist, ob sie ASMR erfahren können oder nicht. Es ist anzumerken, dass lediglich elf Probanden angegeben haben, das Gefühl von ASMR nicht erfahren zu können. Die Antworten der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, sind deutlich repräsentativer, da dies insgesamt 43 Personen angegeben haben.

5.2.3 „Wie haben Sie sich beim Schauen des Videos gefühlt?“

In den ersten sechs Diagrammen (Abbildung 31) werden die Antworten auf die Frage, wie die Probanden sich beim Schauen der Musikvideos gefühlt haben, dargestellt. Die drei Diagramme auf der linken Seite zeigen die Antworten in Bezug auf das erste Musikvideo. Die drei Diagramme auf der rechten Seite zeigen jeweils die passenden Antworten bezogen auf das zweite Musikvideo. Die blauen Säulen symbolisieren die Antworten der Teilnehmer, die ASMR erfahren können („ASMR“), und die roten Säulen stehen für die Antworten der Teilnehmer, die

ASMR nicht erfahren können („Kein ASMR“). Die Säulen geben an, wie viel Prozent der Teilnehmer der jeweiligen Gruppe („ASMR“ oder „Kein ASMR“) für die auf der x-Achse aufgelistete Option gestimmt haben. Diese Darstellungsweise wird bei allen folgenden Diagrammen angewandt.

Unter den Diagrammen steht jeweils das Gefühl, auf das sich die Antworten beziehen. In den beiden obersten Diagramm ist bspw. in fünf Stufen dargestellt, ob die Teilnehmer sich beim Schauen des Videos entspannt gefühlt haben. Es ist zu erkennen, dass über die Hälfte der Teilnehmer, die kein ASMR erfahren können (54,5%), beim ersten Musikvideo eher nicht bis gar nicht entspannt waren, wohingegen 62,8 Prozent der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, eher entspannt bis voll und ganz entspannt waren. Dennoch gibt es auch unter den Teilnehmern, die ASMR erfahren können, Personen, die eher nicht entspannt waren (25,6%). Beim Diagramm daneben, welches sich auf das zweite Musikvideo bezieht, herrscht kein so deutlicher Unterschied zwischen den beiden Gruppen („ASMR“ und „Kein ASMR“). Die Mehrheit aller Teilnehmer empfindet das Schauen des Videos eher als entspannend.

In den Diagrammen darunter ist deutlich zu sehen, dass die Menschen, die ASMR nicht erfahren können, von dem ersten Musikvideo eher gestresst sind, als die Menschen, die ASMR erfahren können. Von letzteren waren ganze 41,9 Prozent beim Schauen des Videos gar nicht gestresst. Ähnlich hoch ist dieser Prozentsatz auch in Bezug auf das zweite Musikvideo. Anders sieht es hingegen bei den Teilnehmern aus, die kein ASMR erfahren können. Hier waren beim Schauen des ersten Musikvideos noch 45,5 Prozent eher gestresst. Dieser Wert sinkt beim zweiten Musikvideo auf lediglich 9,1 Prozent.

Auf die Frage, ob man beim Schauen des Videos gelangweilt war, spalten sich bei beiden Videos die Meinungen der Teilnehmer, die ASMR erfahren können von denen, die es nicht können. Fast drei Viertel der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, waren vom ersten Musikvideo nicht gelangweilt („Trifft gar nicht zu“: 48,8%; „Trifft eher nicht zu“: 23,3%). Von den Teilnehmern, die kein ASMR erfahren können, waren es nur knapp ein Zehntel („Trifft eher nicht zu“: 9,1%). Über die Hälfte bejahte stattdessen diese Frage („Trifft eher zu“: 36,4%; „Trifft voll und ganz zu“: 18,18%) und 36,4% äußerte sich neutral.

Version 1 (Priorität: ASMR)

Version 2 (Priorität: Musik)

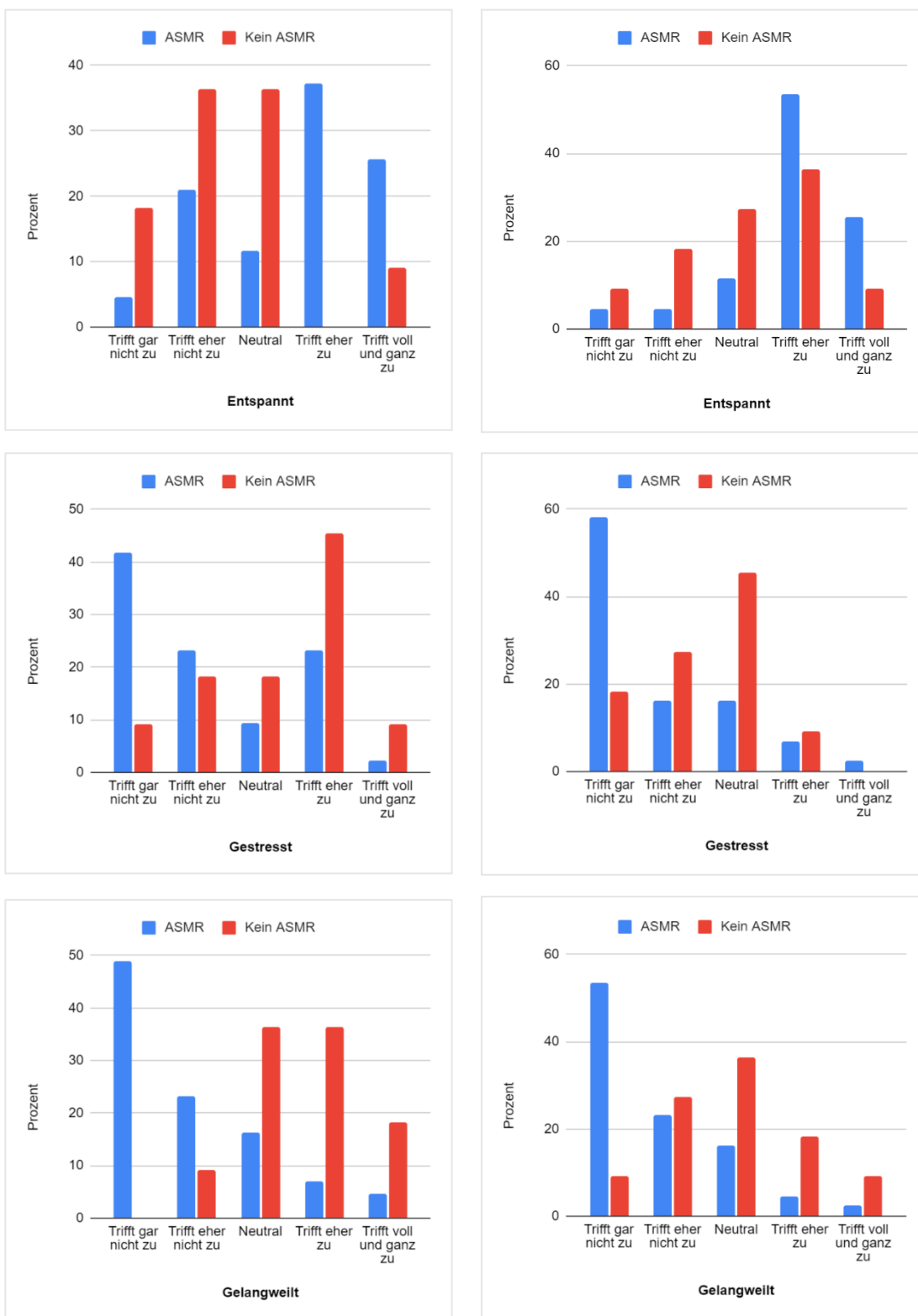


Abbildung 31: „Wie haben Sie sich beim Schauen des Videos gefühlt?“

Beim zweiten Musikvideo sind die Ergebnisse insgesamt ähnlich, mit dem Unterschied, dass die Teilnehmer, die ASMR nicht erfahren können nicht ganz so gelangweilt waren, wie beim ersten Video.

Alle Antworten bezogen auf das erste Video legen nahe, dass dieses sich eher für Menschen, die ASMR erfahren können, eignet. Auf sie hat das Musikvideo häufiger eine entspannende Wirkung. Menschen, die ASMR nicht erfahren können, werden indessen vom Schauen des Videos eher gestresst oder gelangweilt. Dennoch sind die Ergebnisse nicht vollkommen eindeutig und in beiden Gruppen gibt es Menschen, die das Gegenteil des mehrheitlichen Gefühls ihrer Gruppe empfinden.

Das zweite Musikvideo ist in den untersuchten Punkten ebenso für Menschen, die ASMR erfahren können, geeignet. Allerdings sind bei dem zweiten Video auch die Menschen, die kein ASMR erfahren können, tendenziell nicht ganz so negativ gestimmt. Die Antworten lassen darauf schließen, dass das zweite Musikvideo zwar nicht unbedingt ASMR auslöst, aber dennoch eine entspannende Wirkung auf die Zuschauer hat.

5.2.4 „Wie war es für Sie das Video anzuschauen?“

Die nächste Frage beleuchtet – ähnlich wie die Frage zuvor – verschiedene Empfindungen beim Schauen des Videos. Die Darstellungsweise der Diagramme in Abbildung 32 ist die gleiche.

Version 1 (Priorität: ASMR)

Version 2 (Priorität: Musik)

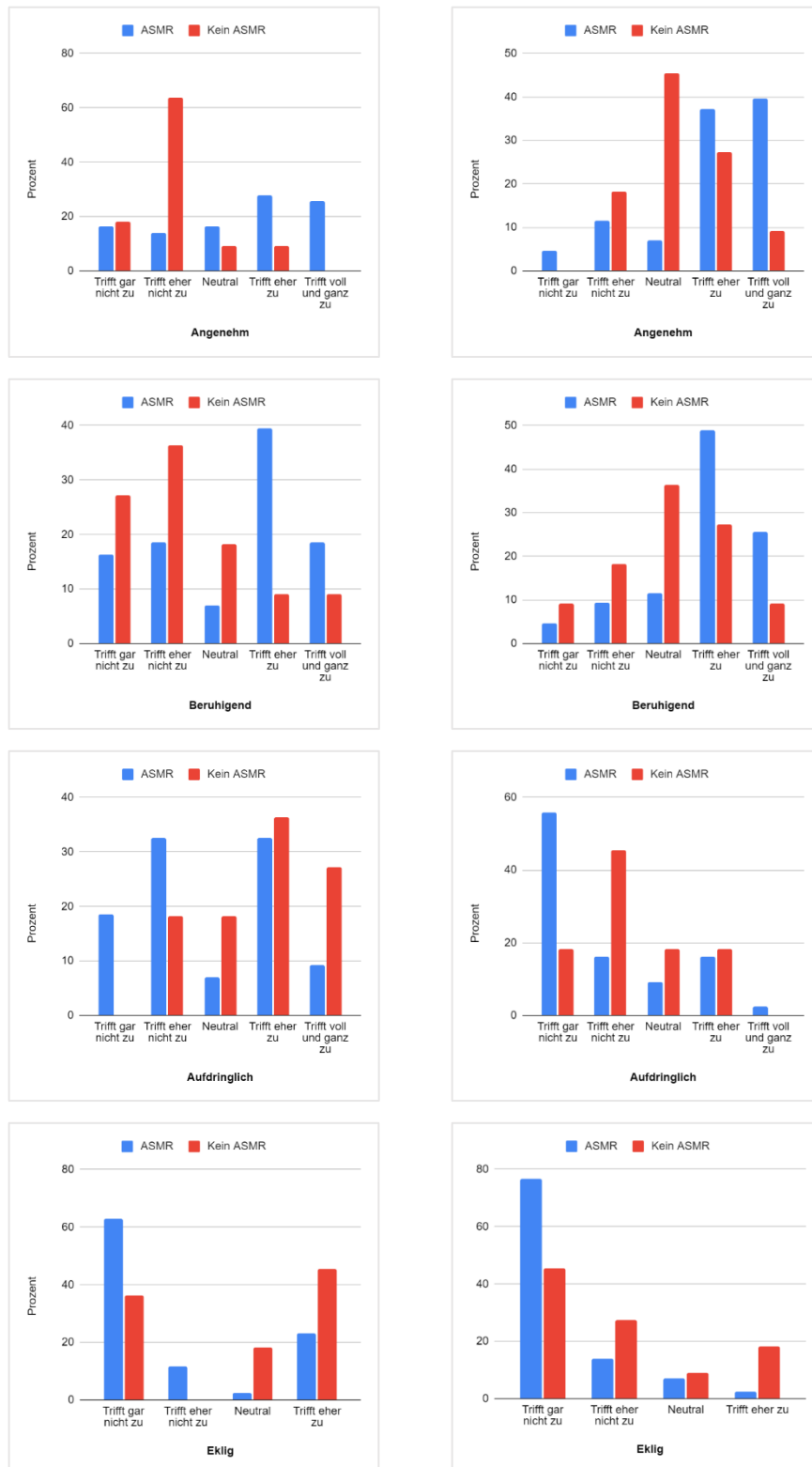


Abbildung 32: „Wie war es für Sie das Video anzuschauen?“

Über 80 Prozent der Teilnehmer, die ASMR nicht erfahren können, empfanden es eher unangenehm das erste Musikvideo anzuschauen, während lediglich knapp neun Prozent es eher angenehm fanden (siehe Diagramm links oben). Die Empfindungen der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, unterscheiden sich dagegen stark untereinander. Manche empfinden das Anschauen des ersten Videos als voll und ganz angenehm, andere wiederum als gar nicht angenehm. Dies kann unter anderem daran liegen, dass es unter den Menschen, die ASMR erfahren können, teilweise erhebliche Unterschiede gibt. Was für einen als Trigger gut funktioniert, kann für jemand anderen wiederum als unangenehm empfunden werden. Dies erklärt womöglich auch, warum das zweite Video die Mehrheit der jeweiligen Versuchsgruppen als eher angenehm empfindet. Dort sind die Anzahl und Intensität der vorkommenden Trigger geringer.

Die Antworten gehen auch bei den anderen Fragen teilweise auseinander. Dennoch sind klare Tendenzen zu erkennen, die darauf schließen lassen, dass das erste Musikvideo für Menschen, die ASMR erfahren können, beruhigender ist und dagegen für Menschen, die ASMR nicht erfahren können, eher aufdringlich wirkt und teilweise als eklig empfunden wird. Das zweite Musikvideo wirkt dagegen auf beide Gruppen angenehm und beruhigend.

Die Ergebnisse legen nahe, dass das erste Musikvideo bei den Menschen, die ASMR erfahren können, teilweise ASMR auslöst und diese das Video aus diesem Grund angenehm und beruhigend finden. Wenn das Musikvideo allerdings kein ASMR auslöst, wie es bei den Teilnehmern, die kein ASMR erfahren können und auch einem Teil der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, der Fall ist, wird es eher als unangenehm, beunruhigend und aufdringlich empfunden.

5.2.5 „Wie fühlen Sie sich insgesamt nach dem Schauen des Videos im Vergleich zu vorher?“

Nach dem Schauen des zweiten Musikvideos ist die Stimmung fast aller Teilnehmer besser oder zumindest gleichbleibend. Schlechter wird sie nur nach dem Schauen des ersten Musikvideos bei wenigen Menschen, die ASMR nicht erfahren können (siehe Abbildung 33).

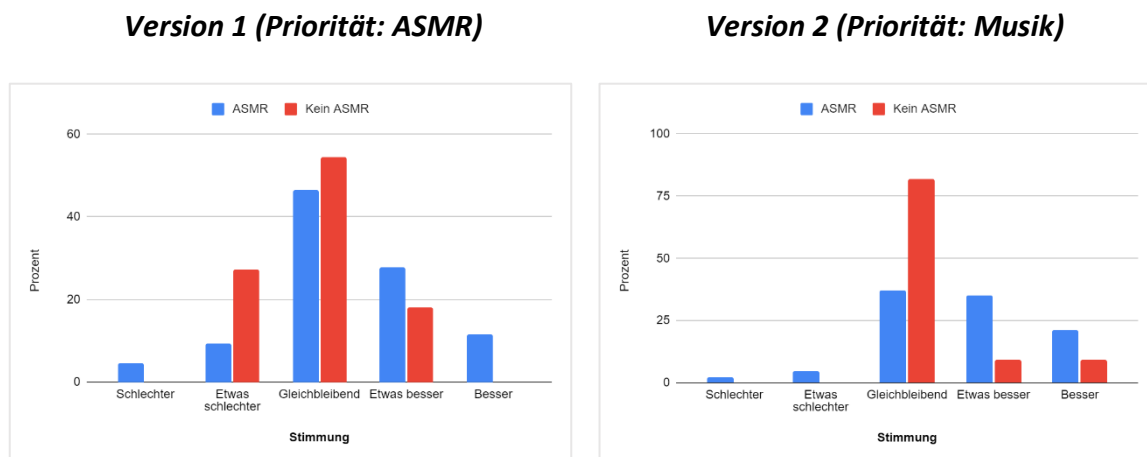


Abbildung 33: „Wie fühlen Sie sich insgesamt nach dem Schauen des Videos im Vergleich zu vorher?“

Wie in der Studie von Barrat und Davis aus dem Jahr 2015 ist vor allen Dingen bei den Menschen, die ASMR erfahren können, die Stimmung nach dem Anschauen der Videos besser als vorher (vgl. 2.4.2, Abb. 6). Die Musikvideos haben somit eine ähnliche Auswirkung auf die eigene Stimmung wie ASMR-Videos. Ob diese Verbesserung der Gemütslage durch ASMR herbeigeführt wurde, lässt sich allerdings nur mutmaßen.

5.2.6 „Welche der folgenden Gefühle und Körperreaktionen haben Sie beim Schauen des Videos verspürt?“

Wie in der nächsten Abbildung 34 zu erkennen ist, lösen beide Musikvideos bei der Mehrheit der Teilnehmer, die ASMR nicht erfahren können, keine Körperreaktionen aus. Wenn bei dieser Gruppe in Ausnahmefällen doch Körperreaktionen auftreten, sind dies beim ersten Musikvideo eher Kribbeln im Kopf und im Schulter-, Nacken-, oder Rückenbereich und beim zweiten Musikvideo eher ein Wohlgefühl, Gefühl der Wärme oder Geborgenheit.

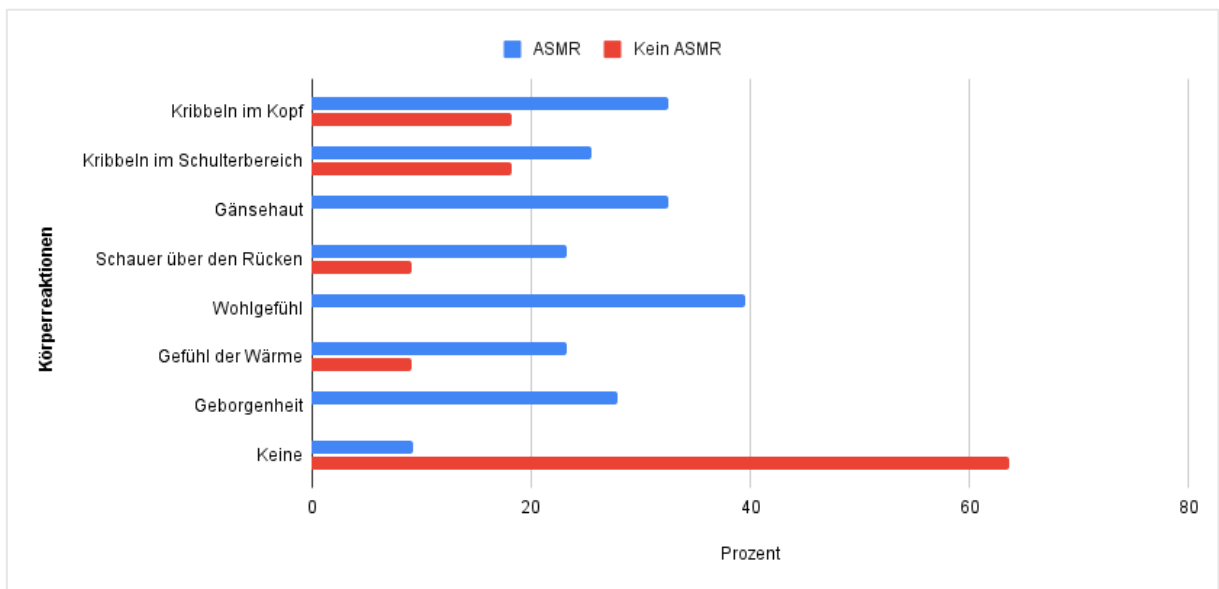
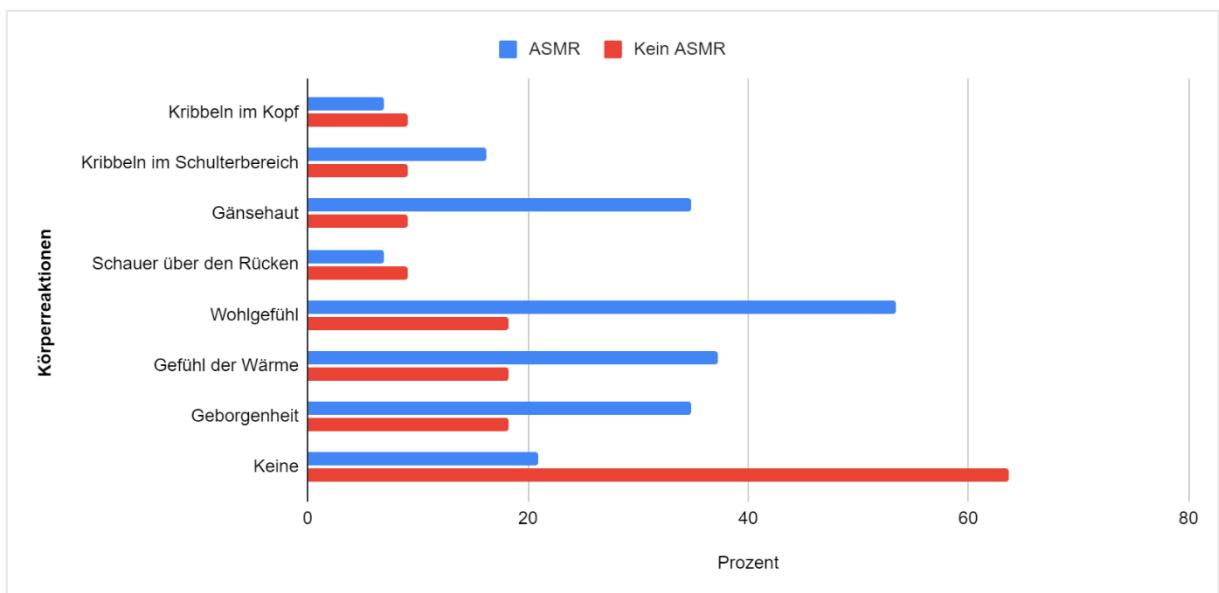
Version 1 (Priorität: ASMR)**Version 2 (Priorität: Musik)**

Abbildung 34: „Welche der folgenden Gefühle und Körperreaktionen haben Sie beim Schauen des Videos verspürt?“

Bei den Teilnehmern, die ASMR erfahren können, werden bei beiden Musikvideos insgesamt häufiger Körperreaktionen ausgelöst. Ein Wohlgefühl wird hierbei jeweils bei den meisten Probanden erzeugt. Auch die Gefühle von Wärme und Geborgenheit sowie eine Gänsehaut werden bei dieser Gruppe bei beiden Videos ähnlich oft erzeugt. Typische ASMR-Tingles, wie Kribbeln im Kopf oder ein Schauer, der über den Rücken läuft, werden dagegen deutlich häufiger vom ersten Musikvideo ausgelöst.

Die Ergebnisse lassen darauf schließen, dass beide Musikvideos eher für Personen geeignet sind, die ASMR erfahren können. Insbesondere beim ersten Video besteht ein Potential bei dieser Gruppe von Menschen ASMR auszulösen. Das Kopfkribbeln, das als Hauptmerkmal für eine ASMR-Reaktion gilt, wurde bei knapp einem Drittel der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, durch das erste Musikvideo ausgelöst.

Wie bereits in Kapitel 2.4 zur Wirkung von ASMR erwähnt wurde, ist es nicht ganz einfach das Gefühl von ASMR von frisson zu unterscheiden, da die beiden Gefühle viele Gemeinsamkeiten haben (vgl. 2.4.5). Dies macht es schwer zu beurteilen, ob das Kribbeln im Kopf tatsächlich durch einen Trigger ausgelöst wurde und als Teil einer ASMR-Reaktion zu sehen ist. Gleiches gilt für das Gefühl der Gänsehaut oder bspw. auch das Wohlgefühl, das bei vielen Personen ausgelöst wurde. Dennoch sind die ausgelösten Körperreaktionen, die vermehrt bei Menschen aufgetreten sind, die ASMR erfahren können, Indikatoren dafür, dass vor allem das erste Musikvideo ASMR induzieren kann.

5.2.7 „Welche Reize haben die empfundenen Gefühle bei Ihnen ausgelöst?“

Bei der nächsten Frage sollten die Probanden angeben, welche zwei Reize bei ihnen am stärksten die empfundenen Gefühle ausgelöst haben (siehe Abbildung 35).

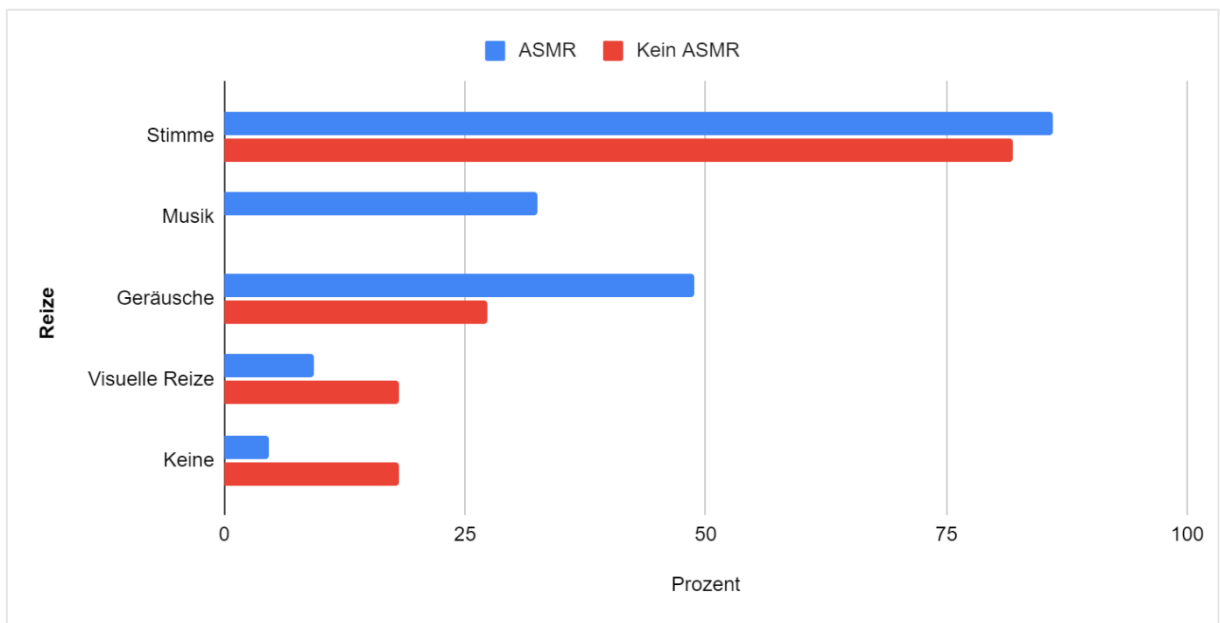
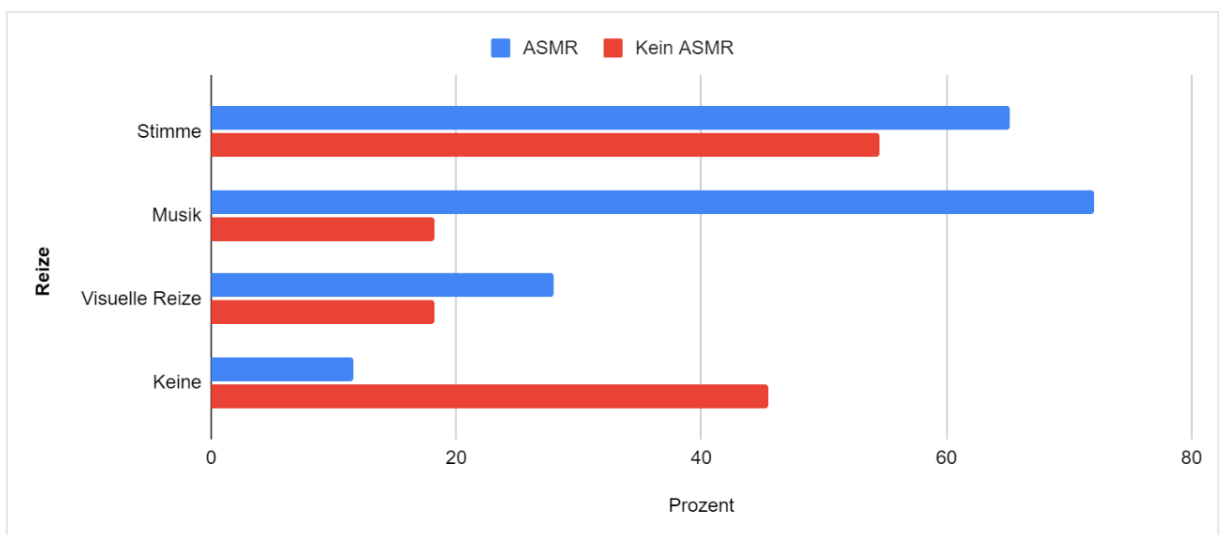
Version 1 (Priorität: ASMR)**Version 2 (Priorität: Musik)**

Abbildung 35: „Welche Reize haben die empfundenen Gefühle bei Ihnen ausgelöst?“

Beim ersten Musikvideo ist die Stimme bei allen Teilnehmern mit Abstand der häufigste Trigger. Wie in der vorherigen Abbildung 34 zu sehen ist, haben zwei Drittel der Teilnehmer, die kein ASMR erfahren können, auch keine Körperreaktionen gespürt. Daher ist anzunehmen, dass die Stimme bei dieser Gruppe eher ein Auslöser der zuvor beschriebenen negativ empfundenen Gefühle war.

Beim zweiten Musikvideo ist die Stimme bei den Teilnehmern, die ASMR erfahren können, nach Musik der zweithäufigste Trigger. Knapp drei Viertel der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, haben hier Musik als Reiz angegeben. Beim ersten Musikvideo wurde Musik deutlich seltener als Reiz angegeben. Stattdessen hat ungefähr die Hälfte der Teilnehmer, die ASMR erfahren können, beim ersten Musikvideo Geräusche als auslösenden Reiz angegeben. Visuelle Reize wurden bei beiden Videos selten ausgewählt.

Wie bereits vermutet und wie auch aus vorherigen Studien hervorgeht, ist die Stimme der häufigste und somit wichtigste Trigger, um bestimmte Körperreaktionen und ASMR auszulösen. Generell spielen auditive Reize eine wichtigere Rolle als die visuellen Reize.

Die Stimme und speziell das Flüstern wurde zudem bei den Fragen, die mit einem Freitextfeld zu beantworten waren, als Grund genannt, warum das Musikvideo als unangenehm empfunden oder warum keine Körperreaktion verspürt wurde. Dies und die Diagramme aus Abbildung 35 belegen, dass die Stimme und der Einsatz dieser einen hohen Einfluss auf die Wirkung der produzierten Musikvideos hat. Bei manchen Zuschauern bzw. Zuhörern wird durch die Stimme ein Kribbeln im Kopf ausgelöst. Andere empfinden das Flüstern als „zu aufdringlich“, „total unangenehm“ oder „auf eine Art zu intim“ (vgl. 10 Digitaler Anhang).

5.2.8 „Beurteilen Sie die folgenden Aussagen.“

Zum Abschluss der Befragung sollten die Teilnehmer verschiedene Aussagen über die Musikvideos im Allgemeinen bewerten (siehe Abbildung 36).

Version 1 (Priorität: ASMR)

Version 2 (Priorität: Musik)

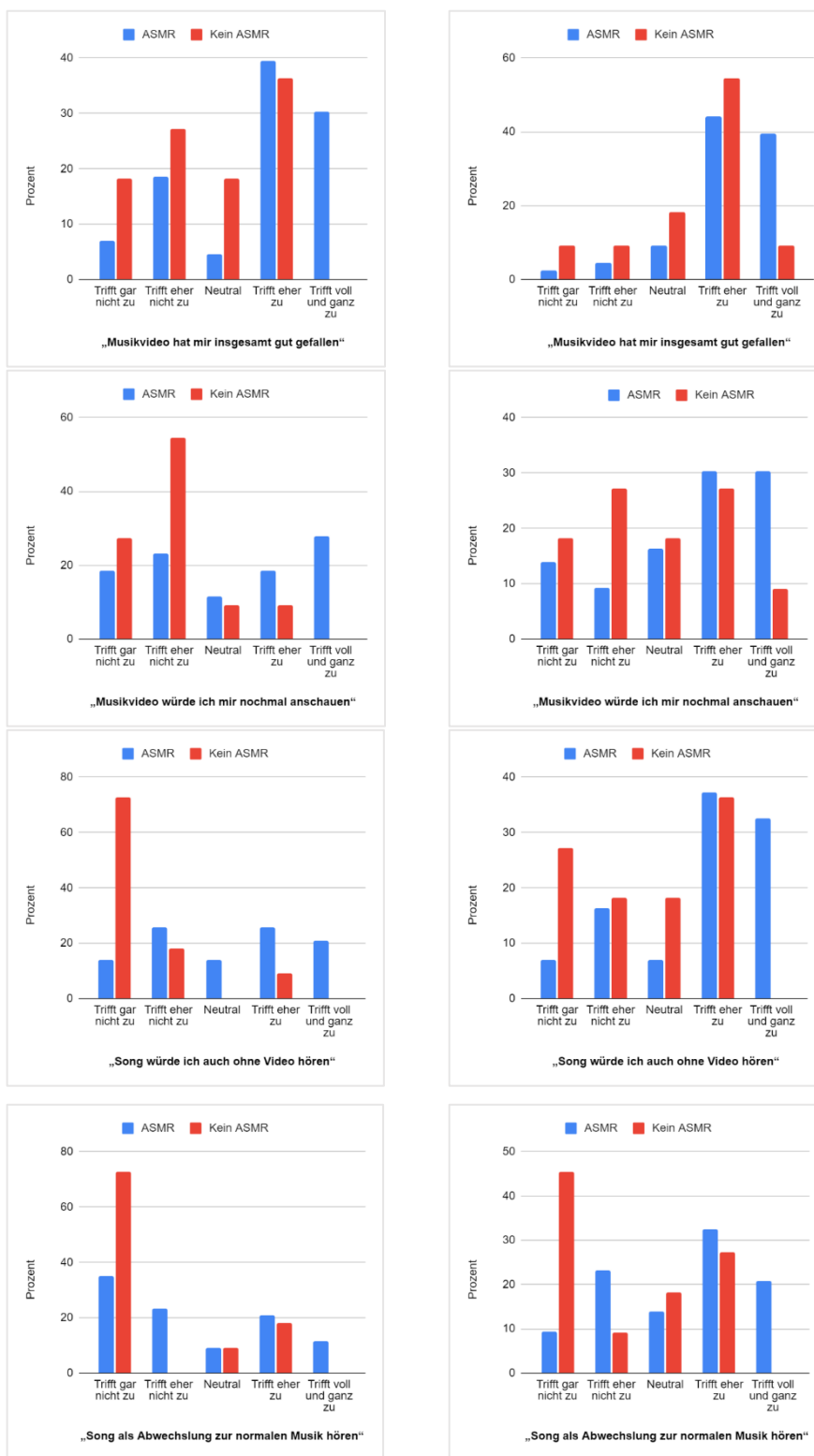


Abbildung 36: „Beurteilen Sie die folgenden Aussagen.“

Das zweite Musikvideo hat allen Teilnehmern im Durchschnitt insgesamt besser gefallen als das erste. Vor allem bei den Teilnehmern, die kein ASMR erfahren können, ist in diesem Punkt ein merklicher Unterschied zu erkennen. Das erste Video gefällt tendenziell eher Leuten, die ASMR erfahren können, wobei es auch in dieser Gruppe ein paar wenige Teilnehmer gibt, denen das Video nicht gut gefallen hat.

Die Teilnehmer, die ASMR erfahren können, würden sich allerdings das zweite Musikvideo eher nochmal ansehen als das erste. Beim ersten Musikvideo gehen die Meinungen bei dieser Aussage auseinander. Dies tun sie auch mit Blick auf das zweite Video bei den Teilnehmern, die kein ASMR erfahren können.

Einig sind sich die Teilnehmer, die kein ASMR erfahren können, hingegen darüber, dass sie sich das erste Musikvideo eher nicht nochmal anschauen würden. Zudem würden sie den Song des ersten Musikvideos ungern ohne Video oder als Abwechslung zu „normaler“ Musik hören.

Vor allem die Teilnehmer, die ASMR erfahren können, würden im Gegensatz dazu den zweiten Song auch ohne Video und teilweise auch als Abwechslung zu „normaler“ Musik hören. Ein Großteil der Teilnehmer, die kein ASMR erfahren können, sind in diesen Punkten auch bei dem zweiten Musikvideo abgeneigt. Dennoch gibt es ein paar wenige unter ihnen, die dies tun würden.

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass der zweite Song auch ohne Video funktionieren und von manchen Leuten zudem als Abwechslung zu „normaler“ Musik gehört werden würde. Dabei kommt es dann aber mehr auf den Musikgeschmack der jeweiligen Person, als auf den Fakt, dass diese ASMR erfahren kann, an. Beim ersten Song ist dies anders. Dort spielt es eine wichtige Rolle, ob der Zuhörer ASMR erfahren kann oder nicht.

6 Fazit

6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Ziel der Arbeit war es ein Musikvideo mit ASMR-Technik zu produzieren und herauszufinden, wie dieses auf Zuschauer wirkt und ob es möglich ist, durch das Schauen des Videos ASMR auszulösen. Um diese Frage besser beantworten zu können, wurden zwei Musikvideos mit dem gleichen Ziel aber unterschiedlichen Herangehensweisen produziert. Mit Hilfe einer Befragung wurde anschließend untersucht, welche physischen und psychischen Reaktionen während des Schauens des jeweiligen Videos beim Zuschauer ausgelöst wurden. Dabei wurden in der Auswertung nicht nur die verschiedenen Ansätze der Musikvideos gegenübergestellt, sondern auch die Wirkung der Videos auf Menschen, die ASMR erfahren können, mit der Wirkung auf die Menschen, die ASMR nicht erfahren können, verglichen.

Das erste Musikvideo wirkt auf Menschen, die ASMR erfahren können, eher entspannend, angenehm und beruhigend. Menschen, die kein ASMR erfahren können, empfinden es meist als aufdringlich und sind beim Schauen des Videos eher gelangweilt oder gestresst. Das Schauen des zweiten Musikvideos löst dagegen bei beiden Gruppen eher positive und angenehme Gefühle wie Entspannung und Beruhigung aus.

Neben den genannten Gefühlen löst vor allem das erste Musikvideo bei den Zuschauern, die ASMR erfahren können, verschiedene Körperreaktionen aus. Während beide Musikvideos eine Gänsehaut sowie Gefühle der Wärme, Geborgenheit und ein Wohlgefühl auslösen, entsteht hauptsächlich beim Schauen des ersten Videos bei den Menschen, die ASMR erfahren können, ein Kribbeln im Kopf und im Schulter- Nacken- und Rückenbereich. Menschen, die ASMR nicht erfahren können, verspüren mehrheitlich bei beiden Musikvideos keine Körperreaktionen.

Grund für die ausgelösten Gefühle und Körperreaktionen sind meist auditive Reize. Beim ersten Musikvideo ist der Hauptauslöser die Stimme und beim zweiten Musikvideo ist es die Musik.

Aufgrund der nicht allzu hohen Teilnehmerzahl und dem individuellen Wesen von ASMR, ist es schwer allgemeingültige Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen zu formulieren. Es lassen sich allerdings klare Tendenzen ableiten.

Insgesamt lässt sich sagen, dass das erste Musikvideo in allen untersuchten Punkten gut bei Menschen, die ASMR erfahren können, ankommt. Es hat eine ähnlich entspannende und beruhigende Wirkung auf sie wie ASMR-Videos. Zudem löst es einige Gefühle und Körperreaktionen aus, die auch beim Schauen von ASMR-Videos ausgelöst werden. Dies sind alles Indikatoren dafür, dass beim Schauen des ersten Musikvideos ASMR induziert werden kann.

Beim zweiten Musikvideo ist dies nicht ganz so klar. Während Menschen, die ASMR nicht erfahren können, das erste Musikvideo überwiegend als unangenehm empfinden, wirkt das zweite Musikvideo etwas entspannender und beruhigender auf sie und wird als angenehmer empfunden. Daher lässt sich nicht sagen, ob diese Gefühle, die auch bei den Menschen, die ASMR erfahren können, ausgelöst wurden, Teile einer ASMR-Reaktion sind. Zudem haben Menschen, die ASMR erfahren können, beim Schauen des zweiten Musikvideos weniger Körperreaktionen verspürt, die auf ASMR hinweisen.

Es ist zu vermuten, dass das zweite Musikvideo an sich entspannend wirkt und Gänsehaut erzeugt, aber diese Reaktionen unabhängig von ASMR entstehen. Es kommt bei der Allgemeinheit insgesamt besser an, als das erste Musikvideo und lässt sich zudem eher wie ein „normaler“ Song konsumieren. Das erste Musikvideo dagegen hat speziell Menschen, die ASMR erfahren können, als Zielgruppe. Doch auch innerhalb dieser Gruppe sind Unterschiede festzustellen. Da Geschmäcker verschieden sind und vor allem auch das ASMR-Erlebnis sehr individuell ist und bei jedem Menschen durch andere Trigger hervorgerufen werden kann, lässt sich nicht sagen, dass das erste Musikvideo bei diesen Leuten immer eine positive Reaktion oder ASMR auslöst. Es ist aber davon auszugehen, dass es das bei einigen tut.

Die Arbeit hat gezeigt, dass es definitiv möglich ist ASMR und Musik miteinander zu verbinden. Wie das getan wird, muss von der Zielgruppe, die erreicht werden soll, abhängig gemacht werden. Mit einer Produktion, wie der des zweiten Musikvideos, werden insgesamt mehr

Menschen erreicht, unabhängig davon, ob diese ASMR erfahren können oder nicht. Die Wahrscheinlichkeit dadurch ASMR auszulösen ist hierbei allerdings geringer.

Wenn das primäre Ziel darin besteht ASMR auszulösen und die musikalische Komponente nicht allzu wichtig ist, bietet sich eine Produktion, wie die des ersten Musikvideos eher an. Sie ist speziell auf Menschen ausgelegt, die ASMR erfahren können und ASMR-Inhalte ansprechend finden. Ob das entstehende Produkt tatsächlich ASMR auslöst, hängt aber nicht nur von der Produktion ab, sondern vor allem von der Person, die es konsumiert.

6.2 Ausblick

Die vorliegende Arbeit hat viele Erkenntnisse geliefert, die für nachfolgende Forschungsarbeiten auf diesem Gebiet genutzt werden können. Die Produktion von Musikvideos, die ASMR auslösen sollen, könnte ausgebaut und verbessert werden. Zudem könnte eine Untersuchung der Forschungsfrage in größerem Umfang und gezielt mit Menschen, die ASMR erfahren können und gerne ASMR-Inhalte konsumieren, durchgeführt werden. Hierbei wäre es außerdem möglich, diese Menschen abhängig von ihren Trigger-Vorlieben in Gruppen zu unterteilen oder verschiedene Musikvideos zu produzieren, die beispielsweise nur eine Art von Trigger enthalten. Darüber hinaus könnte in nachfolgenden Studien detaillierter die Wichtigkeit der visuellen Darstellung solcher Produktionen untersucht werden, um die Frage zu beantworten, ob und in welchem Maße mit ASMR-Technik produzierte Songs auch ohne passendes Video ASMR induzieren können.

Des Weiteren ist es im Zuge der ASMR-Forschung wichtig, den Begriff ASMR genauer zu definieren und die Wirkung von ASMR umfassender zu untersuchen. Vor allem die Abgrenzung von ASMR zu einer „normalen“ Gänsehaut und musical chills bzw. frisson ist noch nicht ausreichend erforscht, jedoch für Untersuchungen wie diese von großer Bedeutung. Auch die Frage, in wie weit Musik, die nicht speziell für ASMR produziert ist, ASMR auslösen kann, bedarf weiterer Forschung.

7 Literaturverzeichnis

- Abbruzzese, J. (2015). *How YouTubers discovered a human condition no one had talked about before*. <https://mashable.com/archive/asmr-youtube#cPx9p.mAOkqw>
- adhspedia. (2018, 12. Juni). *Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR)*. [https://www.adhspedia.de/wiki/Autonomous_Sensory_Meridian_Response_\(ASMR\)](https://www.adhspedia.de/wiki/Autonomous_Sensory_Meridian_Response_(ASMR))
- ASMR University. (2017). *History of ASMR*. <https://asmruniversity.com/history-of-asmr/>
- Barratt, E. L. & Davis, N. J. (2015). *Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR): a flow-like mental state*. *PeerJ*. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.7717/peerj.851>
- Barratt, E. L., Spence, C. & Davis, N. J. (2017). *Sensory determinants of the autonomous sensory meridian response (ASMR): understanding the triggers*. *PeerJ*, 5, e3846. <https://doi.org/10.7717/peerj.3846>
- Blake, E. (2019). *Singers Are Whispering Now More Than Ever*. <https://blog.pandora.com/us/whisper-songs-pandora-data/>
- Cheadle, H. (2012). *What is ASMR? That Good Tingly Feeling No One Can Explain*. <https://www.vice.com/en/article/gqww3j/asmr-the-good-feeling-no-one-can-explain>
- Connick, T. (2019). *How Billie Eilish employed principles of ASMR in her spine-tingling horror-pop*. <https://www.nme.com/blogs/nme-blogs/billie-eilish-asmr-sounds-2478496>
- Daßinnies, M. (2020). *Experimentelle Musikvideos*. kinofenster.de. <https://www.kinofenster.de/themen-dossiers/alle-themendossiers/dossier-musikvideos/dossier-musikvideos-experimentelle-videos/>
- Dietrich, M. (2022, 4. März). *Musikvideo*. <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/m:musikvideo-1217>
- Eid, C. M., Hamilton, C. & Greer, J. M. H. (2022). *Untangling the tingle: Investigating the association between the Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR), neuroticism, and trait & state anxiety*. *PloS one*, 17(2), e0262668. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0262668>

- Engelbregt, H. J., Brinkman, K., van Geest, C. C. E., Irmischer, M. & Deijen, J. B. (2022). *The effects of autonomous sensory meridian response (ASMR) on mood, attention, heart rate, skin conductance and EEG in healthy young adults*. *Experimental Brain Research*, 240(6), 1727–1742. <https://doi.org/10.1007/s00221-022-06377-9>
- Fendt, M. (2022). *Warum Paula Hartmann mit ihren Songs wirklich berührt*. <https://www.br.de/puls/musik/aktuell/puls-musikanalyse-paula-hartmann-100.html>
- Fredborg, B., Clark, J. & Smith, S. D. (2017). *An Examination of Personality Traits Associated with Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR)*. *Frontiers in psychology*, 8, 247. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00247>
- Gavin, J. (2018). *How Bing Crosby Changed the Course of Pop Music*. <https://www.nytimes.com/2018/11/28/books/review/gary-giddins-bing-crosby-biography.html>
- Geaghan-Breiner, M. & Gmoser, J. (2019). *Billie Eilish just won International Female Solo Artist at the BRIT Awards. Here's how she incorporates ASMR into her music*. <https://www.insider.com/how-billie-eilish-harnesses-the-power-of-asmr-2019-10>
- Google Trends. (2022a). *Websuche - Interesse im zeitlichen Verlauf*. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&q=%2Fm%2F0ngt1v6#TIMESERIES>
- Google Trends. (2022b). *YouTube - Interesse im zeitlichen Verlauf*. https://trends.google.com/trends/explore?date=all_2008&gprop=youtube&q=%2Fm%2F0ngt1v6#TIMESERIES
- Kobayashi, J. (2015). *MUSICALLY INDUCED ASMR: An Amalgamated Experience* [Masterarbeit]. University of Jyväskylä. <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/48181/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201512174098.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kohlmann, J.-P. (2020). *Performative Musikvideos*. kinofenster.de. <https://www.kinofenster.de/themen-dossiers/alle-themendossiers/dossier-musikvideos/dossier-musikvideos-performative-videos/>

- Kovacevich, A. & Huron, D. (2019). *Two Studies of Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR): The Relationship between ASMR and Music-Induced Frisson*. *Empirical Musicology Review*, 13(1-2), 39. <https://doi.org/10.18061/emr.v13i1-2.6012>
- Lauw, M. (2014). *Tingly Objects: Autonomous Sensory Meridian Response (ASMR)*. https://www.academia.edu/9527471/Tingly_Objects_Autonomous_Sensory_Meridian_Response
- Lochte, B. C., Guillory, S. A., Richard, C. A. H. & Kelley, W. M. (2018). *An fMRI investigation of the neural correlates underlying the autonomous sensory meridian response (ASMR)*. *BiolImpacts : BI*, 8(4), 295–304. <https://doi.org/10.15171/bi.2018.32>
- Mooney, A. & Klein, J. (2016). *ASMR – von diesem YouTube-Phänomen haben Sie bestimmt noch nie gehört*. Google Insights. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/de-de/insights/verbrauchertrends/asmr-von-diesem-youtube-phanomen-haben-sie-bestimmt-noch-nie-gehört/>
- Novella, S. (2012). *ASMR*. <https://theness.com/neurologicablog/index.php/asmr/>
- okaywhatever51838. (2007). *WEIRD SENSATION FEELS GOOD*. Steadyhealth.com. <https://www.steadyhealth.com/topics/weird-sensation-feels-good>
- Parkes, A. (2019). *Breaking the Mix Rules with Billie Eilish: Rob Kinelski*. <https://www.waves.com/breaking-the-mix-rules-with-billie-eilish-rob-kinelski#:~:text=Billie%20Eilish's%20album%20has%20cemented,he%20too%20breaks%20the%20rules.>
- Poerio, G. L., Blakey, E., Hostler, T. J. & Veltri, T. (2018). *More than a feeling: Autonomous sensory meridian response (ASMR) is characterized by reliable changes in affect and physiology*. *PloS one*. Vorab-Onlinepublikation. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0196645>
- Reddy, N. V. & Mohabbat, A. B. (2020). *Autonomous sensory meridian response: Your patients already know, do you?* *Cleveland Clinic journal of medicine*, 751–754. <https://doi.org/10.3949/ccjm.87a.20005>

- Robinson, P. (2017). *'Whisperpop': why stars are choosing breathy intensity over vocal paint-stripping*. <https://www.theguardian.com/music/2017/nov/11/whisperpop-why-stars-choosing-breathy-intensity-over-vocal-paint-stripping>
- Schmidt, A., Neumann-Braun, K. & Autenrieth, U. (2009). *Viva MTV! reloaded: Musikfernsehen und Videoclips crossmedial* (1. Aufl.). Nomos.
- Schneider, D. (2022, 10. März). *Musikclip / Musikvideo: Formen*. Institut für Neuere Deutsche Literatur und Medien. <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/m:musikclipmusikvideoformen-1599>
- Smith, S. D., Katherine Fredborg, B. & Kornelsen, J. (2016). *An examination of the default mode network in individuals with autonomous sensory meridian response (ASMR)*. *Social neuroscience*, 12(4), 361–365. <https://doi.org/10.1080/17470919.2016.1188851>
- Stiletto, S. (2020). *Narrative Musikvideos*. kinofenster.de. <https://www.kinofenster.de/themen-dossiers/alle-themendossiers/dossier-musikvideos/dossier-musikvideos-narrative-videos/>
- Tan, M. (2021). *CAREFUL WHISPERS: WHY ASMR POP SENDS TINGLES DOWN YOUR SPINE*. <https://www.soundoflife.com/blogs/experiences/careful-whispers-why-asmr-pop-sends-tingles-down-your-spine>
- Tingen, P. (2019). *Inside Track: Billie Eilish 'Bad Guy'*. <https://www.soundonsound.com/techniques/inside-track-billie-eilish-bad-guy>
- Tufnell, N. (2012). *ASMR: Orgasms for Your Brain*. https://www.huffingtonpost.co.uk/nicholas-tufnell/asmr-orgasms-for-your-brain_b_1297552.html
- Warrenburg, L., Centa, N., Li, X., Park, H., Sari, D. & Xie, F. (2021). *Sonic intimacy in the music of Billie Eilish and recordings that induce ASMR*. *Future Directions of Music Cognition*, 139–144. <https://doi.org/10.18061/FDMC.2021.0026>
- WhisperingLife ASMR. (2009). *Whisper 1 - hello!* <https://www.youtube.com/watch?v=IHtgPbfTgKc>

Winkler, T. (2020). *Die Geschichte des Musikvideos*. kinofenster.de. <https://www.kinofenster.de/themen-dossiers/alle-themendossiers/dossier-musikvideos/dossier-musikvideos-einfuehrung/>

8 Glossar

ASMR	<i>Autonomous Sensory Meridian Response</i>
ASMRtist	<i>Person, die ASMR-Inhalte produziert</i>
Binaurale Tonaufnahme	<i>Tonaufnahme, die bei der Wiedergabe über Kopfhörer einen natürlichen, dreidimensionalen Höreindruck mit genauer Richtungslokalisation erzeugt</i>
BPM	<i>Beats per minute / Schläge pro Minute</i>
Crooning	<i>Ein in den 1920er Jahren entstandener Gesangsstil der populären Musik, der sich durch die Intimität und Wärme der Stimme auszeichnet</i>
Flow state	<i>Zustand höchster Konzentration und völliger Versunkenheit in eine Tätigkeit</i>
Foley Artist	<i>"Geräuschemacher", der in der Filmbranche für die Nachvertonung der Geräusche verantwortlich ist</i>
Frisson	<i>Ein plötzliches, starkes Gefühl der Aufregung oder Angst</i>
Mukbang	<i>Video, in dem eine Person eine große Menge Essen zu sich nimmt (vor allem in Südkorea weit verbreitet)</i>
Tingles	<i>Körperreaktion, die durch Sinnesreize ausgelöst wird</i>
Trigger	<i>Sinnesreize, die ASMR auslösen können</i>

9 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Websuche - Interesse im zeitlichen Verlauf (Google Trends, 2022a).....	17
Abbildung 2: YouTube-Suche - Interesse im zeitlichen Verlauf (Google Trends, 2022b)	17
Abbildung 3: Häufige Trigger (Barratt & Davis, 2015, S. 6)	20
Abbildung 4: Ausbreitung des ASMR-Gefühls im Körper (Barratt & Davis, 2015, S. 8)	22
Abbildung 5: Ergebnisse der ersten Studie (Poerio et al., 2018, S. 7).....	24
Abbildung 6: Stimmung vor, während und nach einer ASMR-Erfahrung (Barratt & Davis, 2015, S. 9)	24
Abbildung 7: Grad der Depression (Engelbregt et al., 2022, S. 1734).....	25
Abbildung 8: Herzfrequenz (Engelbregt et al., 2022, S. 1735)	26
Abbildung 9: Some audio effects in Billie Eilish’s music (Warrenburg et al., 2021, S. 139).....	29
Abbildung 10: Whispered vocals across all genres (Blake, 2019)	31
Abbildung 11: Häufige Trigger in ASMR-Videos (Poerio et al., 2018)	34
Abbildung 12: Eigenschaften, die mit einem wirksamen ASMR-Video assoziiert werden (Barratt et al., 2017, S. 6).....	35
Abbildung 13: Intensität des ASMR-Erlebnisses abhängig von der Distanz des Trigger-Objekts (Barratt et al., 2017, S. 8).....	36
Abbildung 14: Wichtigkeit verschiedener Faktoren, um ASMR zu triggern (Barratt et al., 2017, S. 9)	37
Abbildung 15: Neumann KU 100 (Quelle: www.thomann.de/de/neumann_ku100.htm)	45
Abbildung 16: Aufnahmen mit dem Kunstkopfmikrofon (Quelle: Eigene Aufnahmen)	46
Abbildung 17: Finales Video - Version 1 (Quelle: Eigene Aufnahmen)	47
Abbildung 18: Videodreh - Version 1 (Quelle: Eigene Aufnahmen).....	48
Abbildung 19: Finales Video - Version 2 (Quelle: Eigene Aufnahmen)	51

9 Abbildungsverzeichnis	83
Abbildung 20: Ausschnitt des Fragebogens (1)	53
Abbildung 21: Ausschnitt des Fragebogens (2)	54
Abbildung 22: Ausschnitt des Fragebogens (3)	55
Abbildung 23: Ausschnitt des Fragebogens (4)	55
Abbildung 24: Geschlecht der Teilnehmer	56
Abbildung 25: Alter der Teilnehmer	57
Abbildung 26: „Haben Sie den Begriff „ASMR“ vor dieser Umfrage schon einmal gehört?“ ..	57
Abbildung 27: „Können Sie das Gefühl von ASMR erfahren?“	58
Abbildung 28: „Wie oft konsumieren Sie durchschnittlich ASMR-Videos?“	58
Abbildung 29: „Wie gefällt Ihnen diese Art von Videos grundsätzlich?“	59
Abbildung 30: "Welche Trigger lösen ASMR bei Ihnen aus?"	59
Abbildung 31: „Wie haben Sie sich beim Schauen des Videos gefühlt?“	62
Abbildung 32: „Wie war es für Sie das Video anzuschauen?“	64
Abbildung 33: „Wie fühlen Sie sich insgesamt nach dem Schauen des Videos im Vergleich zu vorher?“	66
Abbildung 34: „Welche der folgenden Gefühle und Körperreaktionen haben Sie beim Schauen des Videos verspürt?“	67
Abbildung 35: „Welche Reize haben die empfundenen Gefühle bei Ihnen ausgelöst?“	69
Abbildung 36: „Beurteilen Sie die folgenden Aussagen.“	71

10 Digitaler Anhang

Teil 1: Digitale Version der vorliegenden Arbeit

Teil 2: Musikvideo mit ASMR-Technik (Version 1)

Teil 3: Musikvideo mit ASMR-Technik (Version 2)

Teil 4: Fragebogen

Teil 5: Allgemeine Auswertung

Teil 6: Spezielle Auswertung