

MUSIKVIDEOS IM ALLTAG: GESCHLECHTSSPEZIFISCHE DARSTELLUNGSWEISEN

Erika Funk-Hennigs

Einführung

Das Thema »Musikvideos im Alltag: Geschlechtsspezifische Darstellungsweisen« wird im Kontext der feministischen Medien- und Kommunikationsforschung diskutiert und analysiert. Neuere Entwicklungen in der Medienforschung sind auf die Genderforschung gerichtet, bei der es primär um die Analyse bzw. die Dekonstruktion sozialer und kultureller Geschlechteridentitäten geht. Die englische Sprache unterscheidet zwischen »sex« und »gender« und grenzt damit klar den biologischen von dem sozialen bzw. kulturellen Aspekt ab. Eine direkte Entsprechung für den Begriff »gender« gibt es in der deutschen Sprache nicht. Die deutsche Frauenforschung hat diese Begrifflichkeiten aufgenommen und versucht zu erklären, wodurch die Konstruktion einer sozialen hierarchischen Geschlechterdifferenz in allen Bereichen der Gesellschaft, so auch den Medien, produziert wird. Mit den Gender Studies hat sich eine neue Denkrichtung innerhalb der feministischen Forschung etabliert, die einen Paradigmenwechsel bewirkt hat. Im Unterschied zur Frauenforschung (»women studies«), bei der die Frauen im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stehen, rücken die Gender Studies die Frage nach der diskursiven Produktion des Weiblichen und Männlichen in den Vordergrund.

Die feministische Kommunikationswissenschaft hat auf dem Hintergrund der Frauenforschung danach gefragt, wie Frauen aus der Medienrealität ausgeklammert werden, welche geschlechtsspezifischen Stereotypisierungen durch Medien transportiert und wie patriarchalische Strukturen in den Medieninhalten wirksam werden. Auf diese Weise wurde das »Ausgeschlossene und Ausgeklammerte« der Frauen thematisiert. Die Kritik gegenüber diesem Ansatz zielte darauf, dass mit der Konzentration der Frauen auf ihren Status als das »Andere«, »Besondere« und »von der Norm Abweichende« dieser

abwertend festgeschrieben wurde. Die Genderforschung bemüht sich dagegen im Rahmen der feministischen Kommunikationswissenschaft, einen neuen Ansatz zu finden. In Anlehnung an die anglo-amerikanische feministische Forschung gehen Marie-Luise Angerer und Johanna Dorer (1994) z.B. von der Prämisse aus, dass das soziale Geschlecht die entscheidende Kategorie darstellt, mit deren Hilfe Bedeutungs- und Wertzuweisungen erfolgen, was bedeutet, dass alle gesellschaftlichen Beziehungen über diese Kategorie strukturiert werden. Aus dieser Sichtweise folgt, dass die Geschlechterdifferenz dabei nicht der Effekt eines natürlichen Unterschiedes ist, sondern in einer sozialen Situation entsteht. Das Prozesshafte dieses Ansatzes kommt in dem Begriff »doing gender« treffend zum Ausdruck. Es geht nicht länger darum herauszufinden, wie Frauen durch patriarchalische Medienstrukturen ausgeschlossen werden, sondern darum, mit welchen diskursiven Strategien diese Geschlechterdifferenz z.B. in Musikvideos immer wieder aufs Neue hergestellt wird. Es gilt danach zu fragen, welcher Zusammenhang zwischen den geschlechtsspezifischen Identifikationsstrategien, die dem Musikvideo eingeschrieben werden, und der Herstellung einer Geschlechteridentität im Prozess der medialen Konsumption besteht.

Ute Bechdolf (1999: 34) kommt in Auseinandersetzung mit der neueren Identitätsdebatte zu der Überzeugung, dass Geschlechtsidentität nicht allein durch eine passiv erfahrene Sozialisation entsteht, sondern in aktiver Auseinandersetzung mit Eltern, Gleichaltrigen, Institutionen und auch den Medien. Danach entwickelt sich Geschlechtsidentität als Fremd- und Selbstkonstruktion durch wiederholte Teilnahme an Diskursen und diskursiven Praktiken. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob Geschlechteridentität beim Anschauen von Musikvideos als festgeschrieben bzw. festgelegt vorausgesetzt werden kann, oder ob im Prozess der Medienkonsumption »Gender-Positionen« neu verteilt werden.

Die neuere feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft greift bei ihrer Forschung auf poststrukturalistische und postmoderne Wissenschaftstheorien zurück. Dabei werden Denkrichtungen wie Semiotik und diskurstheoretische Ansätze von Michel Foucault, Pierre Bourdieu und Jacques Derrida aufgenommen und im feministischen Sinne weiterentwickelt. Weiblich und männlich stellen nun keine fixierbaren Identitäten mehr dar, sondern verweisen auf Bedeutungsfelder, die wiederum durch die Sprache entschlüsselt werden. Letztere bildet die symbolische Ordnung, durch die die Konstituierung der geschlechtlichen Differenzierung erfolgt. Angerer und Dorer schlussfolgern:

»Die symbolische Ordnung konstituiert sich dabei über Diskurse, wobei nach Foucault unter Diskurs die Gesamtheit der gesagten und nicht gesagten

Äußerungen zu einem gesellschaftlichen Thema zu verstehen ist, welche innerhalb eines bestimmten Zeitrahmens Gültigkeit besitzen« (Angerer/Dorer 1994: 14).

In den poststrukturalistischen Ansätzen spielt der Zusammenhang von Geschlechterdifferenz und Macht eine zentrale Rolle. Wenn Subjektivität und Identität erst durch den Diskurs hergestellt werden, können Medien, die als Institutionen sozialer Kontrolle fungieren, Geschlechterdifferenz durch Stereotypisierung verstärken. Geschlechtsspezifische Identifikationsstrategien werden hier durch Text und Bild gesteuert, was bedeutet, dass die symbolische Ordnung der Geschlechter immer wieder neu hergestellt wird (vgl. ebd.: 15).

In Anlehnung an die anglo-amerikanische Fernsehforschung greifen Kommunikations- und Medienwissenschaft auch neuere Ansätze der Cultural Studies auf. Dies bedeutet für die Analyse des Mediendiskurses, dass neben der Definitionsmacht der Medien ebenso die Interpretationsmacht in Bezug auf die Rezeption der Inhalte in die Analyse mit einbezogen werden muss. Die Cultural Studies setzen sich mit den Produkten der Massenkultur sowie der spezifischen Art und Weise der Medienrezeption auseinander. Die Analyse der Rezeption erfolgt weitgehend vor dem Hintergrund der Alltagspraxis und Alltagserfahrung der Rezipierenden. Das Publikum wird als ein aktives verstanden, das Musik und die dazugehörigen Bilder je nach eigenen Bedürfnissen und geschlechtlicher Position sowie dem individuellen Lebenskontext unterschiedlich interpretiert. Ute Bechdorf (1999) und Thorsten Quandt (1997), die das Verhalten Jugendlicher im Umfeld der Rezeption von Musikvideos untersucht haben, gehen davon aus, dass die Interpretationen der Musikvideos dabei dem eigenen Vergnügen dienen, einen persönlichen Zugang eröffnen oder aber im Sinne von Verweigerung/Widerstand genutzt werden können.

Um differenziertere Aussagen in Hinblick auf das Rezipientenverhalten treffen zu können, müssen weitere Forschungsergebnisse abgewartet werden. Für die Analyse von Musikvideos werden folgende Fragestellungen relevant:

- Wie werden Genderpositionen in Bild und Musik encodiert?
- Welche herrschenden und alternativen Bedeutungen von Gender sind in den Musikvideos enthalten und welche Diskurse unterstützen sie?

Medienanalysen haben ergeben, dass bei der Mehrzahl der auf dem Markt vertriebenen Musikvideoclips je nach Geschlechtszugehörigkeit Sprecherrollen, Handlungsspielräume, visuelle Aufmerksamkeit und musikalisch symbolisierte Wertschätzung ungleich verteilt sind. Als ein für die Geschlechter-

forschung entscheidendes Ergebnis hat sich herausgestellt, dass die Männer als handelnde Subjekte dargestellt werden, während den Frauen nur ein Objektstatus zugestanden wird. Die Reproduktion des klassischen Rollenklischees vom aktiven Mann und der sich anpassenden, passiven Frau erfolgt z.B. dadurch, dass letztere behandelt, beschrieben und besungen wird, anstatt Eigeninitiative entwickeln oder zur Schau stellen zu können.

Die Genderforschung strebt eine Veränderung des Machtverhältnisses zwischen den Geschlechtern an und geht dabei von der Überlegung aus, dass dieser Prozess nur durch alternative Diskurse in Gang gesetzt werden kann. Für die auf dieser Basis zu analysierenden Rock- und Pop-Musikvideoclips haben Simon Reynolds und Joy Press (1995: 233f.) vier mögliche Strategien der weiblichen Rebellion in der Rockmusik unterschieden:

1. Unveränderte Übernahme der genuin männlichen Rock-Rebellion – Konzept der Imitation von Männern;
2. Anreicherung der Rockmusik mit so genannten weiblichen Qualitäten – die Selbstbehauptung als Frau bleibt in der zweigeschlechtlichen Denkweise verankert;
3. postmodernes Umarbeiten weiblich konnotierter Repräsentationsweisen durch Posen und Maskeraden – Überwindung der Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern;
4. schwierige Gradwanderung einer prozesshaften Identitätskonstruktion – Infragestellen der Geschlechterdifferenz.

Hieraus erfolgen unterschiedliche Inszenierungen von Weiblichkeit:

- Umdeutung und Erweiterung weiblicher Ausdrucksweisen,
- Einforderung eines weiblichen Subjektstatus,
- Visuelle Überwindung von Konventionen,
- Entwickeln neuer musikalischer Ausdrucksmöglichkeiten.

Analyse von drei Musikvideoclips unter dem Aspekt der Gender-Diskussion

Aus der unüberschaubaren Fülle der in den vergangenen zwanzig Jahren entstandenen Musikvideos möchte ich mich in der Diskussion auf drei Beispiele beschränken, die die weibliche Rolle im Musikvideo repräsentieren. Bei der Auswahl wurde Wert darauf gelegt, Beispiele zu finden, die für unterschiedliche Inszenierungen von Weiblichkeit stehen können.

In Anlehnung an die Kriterien von Reynolds und Press soll anhand dieser innerhalb eines Zeitraums von ca. zehn Jahren produzierten Musikvideoclips

untersucht werden, ob die dargestellten Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern nach wie vor dem traditionellen Rollenklischee entsprechen oder ob eine positive Entwicklung zu beobachten ist. Aufgrund der angenommenen Fortschritte der Emanzipation wird von der Hypothese ausgegangen, dass, je weiter wir uns dem Jahre 2000 nähern, die Tendenz zur Darstellung einer selbstbestimmten Frauenrolle immer mehr zunimmt.

Madonna: »Justify My Love« (1990)

Die Pop-Queen Madonna hat in ihren Musikvideos sehr kontroverse Themen verarbeitet. Die Rebellion gegenüber dem konventionellen Umgang mit Sex, Weiblichkeit und Religiosität spielt dabei eine entscheidende Rolle. Die Reaktion auf das 1990 entstandene Video »Justify My Love« reichte in US-amerikanischen Pop-Magazinen von totaler Ablehnung bis zu voller Anerkennung (Wilson/Markle 1992: 77). Von MTV wurde es mit der Begründung nicht ausgestrahlt, dass es den Zuschauer durch verschiedene sexuelle Handlungen extrem provoziere. Diese Zensur trug letztendlich dazu bei, dass das Video nach einer später erfolgten Ausstrahlung bei dem Sender Nightline sehr erfolgreich verkauft wurde.

Die Handlung beginnt auf dem Flur eines Hotels, auf dem das unscharfe Bild eines Tänzers erscheint, der sehr unmännlich aussieht, sich weich und ausdrucksvoll bewegt. Es scheint ihn eine mystische Aura zu umgeben. Dieser Tänzer führt den Zuschauer mit seinen elastischen Bewegungen von einer Szene zur nächsten. Madonna, die den Eindruck macht, als ob sie sich sehr schwach fühlte, spaziert unruhig den Korridor des Hotels entlang. Sie stellt ihren Koffer ab und hält ihren Kopf fest. Nun beginnt der Song mit den Worten »I wanna kiss you in Paris / I wanna hold your hand in Rome / I wanna run naked in a rainstorm / Make love in a train«. Ein Mann betritt die Szene. Sie schaut ihn an, küsst ihn und sagt: »Wanting, needing, waiting / for you to justify my love«. Sie beginnt ihren langen schwarzen Mantel zu öffnen, unter dem sie nur einen Spitzen-Büstenhalter, schwarze Strümpfe und Stiefel trägt. Danach wechselt die Szene in ein Schlafzimmer. Madonna sitzt auf einem Bett, während der Mann in der Tür steht. Nachdem sie »okay« zu ihm gesagt hat, geht er auf sie zu. Der Mann, Madonnas Liebhaber, ist eine maskuline, raue Erscheinung. Sein geöffnetes Hemd lässt ein Tattoo sichtbar werden. Nun erscheint Madonna mit ihrem Liebhaber im Bett, doch plötzlich liegt sie mit einer anderen, androgynen Person im Bett, die sehr stark geschminkt ist. Ihr Liebhaber sitzt daneben und schaut zu. Im Songtext »I don't wanna be your mother / I don't wanna be your sister either

/ I just wanna be your lover / I wanna be your baby« erklärt sie ihre Beziehung zu der androgynen Person und küsst sie erneut. Dann wechselt die Szene zu dem Tänzer, anschließend zu Madonna, die sich wiederum mit ihrem ersten Lover – an dessen Hals jetzt zwei große Kreuze hängen – im Bett aufhält. Beim nächsten Schnitt steht Madonna vor einem Spiegel, und ihr Gesichtsausdruck nimmt, während sie »What are you gonna do? / What are you gonna do?« singt, ernste, fast fromme Züge an. Sie fragt: »Talk to me, tell me your dreams – am I in them?« und lässt dabei ihren kummervollen Gesichtsausdruck in einen spielerischen übergehen, wonach sie ihren Liebhaber verführerisch anschaut. Eine Frau als Mann verkleidet, betritt den Raum, berührt den Mann ziemlich aggressiv. Danach verschwimmt das Bild. Nun fragt Madonna ihren Liebhaber: »Tell me your fears / Are you scared? / Tell me your stories / I'm afraid of who you are / We can fly!«. Währenddessen wechselt die Szene zu einem Bild, das Jesus am Kreuz zeigt. Madonna lächelt schüchtern und sagt, wieder im Bett liegend, zu ihrem Liebhaber: »I wanna be your baby«. Wieder rückt eine androgyne Person ins Bild, erst verschwommen, dann klarer. Madonna, ebenfalls verschwommen, wiederholt: »Wanting, needing, waiting / For you to justify my love«, während die Person sie mit Händen und Gesicht am ganzen Körper berührt. Wiederum kommt der Tänzer ins Bild, gefolgt von zwei Transvestiten, die gegenseitig ihre Schnurrbärte bemalen und von Madonna belächelt werden. Ein anderes Paar wird kurz eingeblendet, der Mann hält seine Hand unter ihr Kinn. Sie schaut weg, während wieder der Tänzer gezeigt wird. Am Ende des Videos kommt ein homosexuelles Paar ins Blickfeld. Zwei Männer sitzen zusammen auf der Couch. Daneben liegt eine Frau, die den Schoß eines der Männer berührt und dabei lacht. In dem Video sind offenbar mehrere Personen nacheinander oder gleichzeitig sexuell aktiv, es werden lesbische und androgyne sowie als Männer verkleidete Frauen gezeigt.

Ute Bechdorf (2000) interpretiert Madonnas Absicht dahingehend, die Zuschauer und Zuschauerinnen ständig hinter das Licht führen zu wollen. Gerade in diesem Video erscheint Madonna bei wechselnden Szenen immer wieder in einer neuen Rolle, die die Zuschauer nicht erwarten konnten.

Begleitet wird das dargestellte sexuelle Begehren mit langsamen und eindringlichen Rhythmen und Synthesizerklängen. Die visuelle sowie inhaltliche Fixierung lässt keine eindeutige Zuordnung auf Hetero- oder Homosexualität erkennen. Klar wird jedoch, dass der ›weibische‹ Tänzer, das lesbische und schwule Verhalten sowie die maskulin vorgeführte Frauenrolle nicht den akzeptierten Normen entsprechen. Mit ihrer kehligen rauen Stimme und ihrem bestimmenden sexuellen Verhalten ist Madonna eine Verführerin. Durch die Darstellung sexueller Verhaltensweisen, die nicht der ge-

sellschaftlichen Norm entsprechen, präsentiert sie jedoch auch gegensätzliche Botschaften, die sie radikal oder auch sozialkritisch erscheinen lassen.

Madonna liefert auf der einen Seite Grenzüberschreitungen, auf der anderen bewegt sie sich dennoch in traditionellen, z.T. christlichen Mustern. Dies wird durch das mehrfache Einblenden von Kreuzen deutlich und erinnert an Madonnas katholischen Hintergrund (vgl. Wilson/Markle 1992: 76). In dem Satz »I wanna be your baby« unterwirft sie sich dem klassischen Bild vom Mann, der das Vorrecht der Verführung hat. In diesem Video herrschen Doppeldeutigkeiten bzw. Gegensätzlichkeiten vor, mit denen Madonna die traditionelle Rolle der Frau parodiert. In Anlehnung an Ann Kaplan (1987) kommen Janelle Wilson und Gerald Markle (1992: 82) zu der Überzeugung, dass Madonna ein Phänomen postmoderner Kultur ist, die mit ihren Videos nicht nur die Stereotypen parodiert, sondern auch die Art und Weise, wie sie hergestellt werden. Die Dekonstruktion des Diskurses von Männlichkeit und Weiblichkeit läuft darauf hinaus, dass die Grenzen zwischen weiblich und männlich entschärft und überschritten, verwischt und destabilisiert werden.

Tic Tac Toe: »leck mich am a, b, zeh« (1996)

Die drei Rapperinnen Lee, Ricky und Jazzy wurden 1995 bei einem Wettbewerb im Ruhrgebiet entdeckt. In der Folgezeit entwickelte sich das Pop-Trio zur erfolgreichsten deutschen Girl-Group der 1990er Jahre. Bis 1997 verkauften sie fast drei Millionen Platten. Ihre Musik ist kompromisslos, ohne sich irgendwelchen Trends anzupassen. Lee gilt als die explosivste Rapperin Deutschlands. Wut und Liebe, Zorn und Freude werden so eindringlich in Sprechsalven verwandelt, dass sie eine große Zuhörerschaft in ihren Bann zieht. Als im März 1997 bekannt wurde, dass die Sängerinnen sich auf Wunsch ihrer Plattenfirma für ihr Teenie-Image ein paar Jahre jünger gemacht hatten, fing die Boulevard-Presse eine Hetzkampagne an, die schließlich dazu führte, dass das jüngste Mitglied Ricky aus gesundheitlichen Gründen ausschied. Im Jahre 2000 startete die Gruppe mit der Sängerin Sara einen neuen Anfang mit dem Song »Ist der Ruf erst ruiniert«.

Im Jahre 1996 präsentierte das Trio in seiner ursprünglichen Besetzung im Videoclip »leck mich am a, b, zeh« eine sozialkritische Songlyrik, die stark an der Alltagssprache Jugendlicher orientiert ist. Es handelt sich um eine Konzept-Performance, in der die unterschiedlichen Elemente fließend ineinander übergehen. Der Handlungsverlauf des Videos folgt dem Textverlauf: Die drei Rapperinnen feiern in einem Jugendclub eine Party. Eine der

Sängerinnen verliebt sich in einen Jungen, dessen Körper sie sexuell erregend findet, was sie in dem Songtext auch deutlich zum Ausdruck bringt. Im Verlauf des Abends kommt bei beiden der Wunsch nach Geschlechtsverkehr auf. Aufgrund der Angst vor Aids will die Sängerin ein Kondom benutzen, das sie dem Jungen auch anbietet. Dieser weigert sich jedoch und fordert die Frau auf, darauf zu verzichten. Sie aber macht ihm unmissverständlich klar, dass er das Kondom benutzen muss, anderenfalls könne er verschwinden. Während des Refrains wird eine Szene eingeblendet, in der der Junge an einen Stuhl gefesselt und mit vielen Gummis überzogen ist. Anschließend stellen die Sängerinnen in einem Dialog den Versuch des Jungen dar, das Mädchen mit viel Charme zu überreden und seinen Willen durchzusetzen. Mit dem Verweis auf Aids wiederholt sie ihre Forderung und droht fortzugehen.

Der Songtext und die Performance-Parts zeigen ein Frauenbild, das nicht mehr dem herkömmlichen entspricht. Die Frauen treten selbstbestimmt auf, wobei sie sich ihrer Weiblichkeit durchaus bewusst sind. Bei der Erörterung sexueller Wünsche spielen sie einen aktiven Part, der im Kontrast zu der traditionellen Rolle des passiven »Weibchens« steht. Die berechtigte Sorge um Aids macht deutlich, dass die Frau selbstbewusst und verantwortungsvoll mit ihrem Körper umzugehen weiß und im Falle der Verweigerung von Schutzmaßnahmen auf die sexuelle Erfahrung verzichtet. Diese Haltung bietet vor allem den weiblichen Rezipienten eine gute Gelegenheit, sich mit der Sängerin zu identifizieren. Junge Mädchen werden ermuntert, ihre Überzeugungen offen zu vertreten und dem Partner gegenüber durchzusetzen. Anstelle von Anpassung und Unterwürfigkeit tritt aktives Handeln, was darin mündet, dass der Partner gefesselt und mit Kondomen überzogen wird, ein Konzept, das das männliche Geschlecht nicht nur hilflos erscheinen lässt, sondern auch der Lächerlichkeit preisgibt. In dieser Szene spiegelt die Rolle der Frau Überlegenheit gegenüber dem männlichen Geschlecht wider, eine Darstellung, die aber nicht in allen Szenen-Parts durchgehalten wird.

Musikalisch präsentierten Tic, Tac, Toe einen HipHop mit durchlaufendem Beat, eine Musikrichtung, die zu diesem Zeitpunkt vorwiegend in der männlichen Szene verankert war. Der laute und aggressive Gesang ist typisch für die Übernahme männlicher Verhaltensweisen. Einzelne Teile in den Tanzszenen der Performance unterstützen die aggressive Haltung vor allem dann, wenn die Hauptdarstellerin allein und in der Totale im Bild erscheint. Auf diese Weise gelingt es den Sängerinnen, ihre weiblichen Ausdrucksformen zu erweitern und traditionelle Klischees von Weiblichkeit zu überwinden.

No Angels: »Still In Love With You« (2002)

Die Gruppe No Angels zählt zu einer der jüngeren Girl Groups, die entsprechend dem Konzept der Reality-Soap *Popstars* auf RTL II gemanagt werden. Die Idee, Popstars zu kreieren, stammt aus Neuseeland, wo 1998 zum ersten Mal eine Popstarband aus ca. 500 Teilnehmern und Teilnehmerinnen ausgewählt und gecastet wurde – mit dem Ergebnis, dass sowohl die Debut-Single als auch das erste Album der Mädchenband, *Bardot*, auf Platz 1 der neuseeländischen Charts landeten. Auch bei den No Angels konnten die Zuschauer vom Casting über Gesangstraining, Imageberatung und Plattenproduktion bis zum Weg in die Charts an dem (vor)geplanten Entstehungsprozess der Popgruppe teilnehmen.

Das Quintett No Angels, bestehend aus den Sängerinnen Vanessa Petruo, Sandy Mölling, Nadja Benaissa, Jessica Wahls und Lucy Diakovska, wurde aus den Siegerinnen des, im Jahre 2000 in Deutschland stattgefundenen Massencastings von fast 5000 Bewerberinnen zusammengestellt. Vom Kennenlernen bis zur ersten Hitsingle dauerte es nur wenige Monate. Im deutschsprachigen Raum hat noch keine andere Girls-Newcomerband in einem solch rasanten Tempo Karriere gemacht. Innerhalb von nur drei Monaten wurden von »Daylight in Your Eyes« eine Million Platten verkauft. Als erste Gruppe in der Popgeschichte gelang es den No Angels innerhalb von einer Woche in drei europäischen Ländern (Deutschland, Österreich, Schweiz) mit Single, Album und Airplay die Nr. 1 der Charts zu erobern.

Bei dem Musikvideo »Still In Love With You« handelt es sich um einen Performance-Videoclip. Während der Strophen des Songs, die abwechselnd solistisch gesungen werden, erscheint im Bild die jeweils aktive Sängerin, beim gemeinsam gesungenen Refrain sind an einigen Stellen auch Zweier- oder Dreier-Gruppen zu sehen.

Der Text handelt von einer verlassenen Liebe. Die Betroffene singt von ihrem gebrochenen Herzen: »I'd tell you how my heart is broken too«, ihrer Einsamkeit: »Lonely days and lonely nights / Since you've been gone«, dem Verlust der gewohnten Nähe: »I miss your touch, I miss your smile«, der Unfähigkeit, mit der Situation fertig zu werden: »You're always on my mind«. Im Refrain wird immer wieder beteuert, dass sie sich trotz gebrochenen Herzens immer noch als sein Mädchen fühlt, unabhängig davon, wo sie sich gerade in der Welt aufhält: »If I could sing my song to you / I'd tell you how my heart is broken too / From any corner of the world / I'd let you know, I'll always be your girl«. Insgesamt besteht der Song aus zwei Strophen und einem Refrain, der gegen Ende des Stückes immer weiter aufgesplittet wird,

bis nur noch die Zeile »Still in love with you« übrig bleibt. Die Strophen sind zweigeteilt: Zunächst sechs Zeilen, die sich melodisch dreizeilig wiederholen; anschließend drei Zeilen, denen noch ein Ausschnitt aus dem Refrain angefügt ist. Der im ersten Teil aufsteigenden Melodie in e-moll folgt im zweiten Teil eine absteigende Melodiefolge als Antwort, ebenfalls in e-moll. Die harmonische Struktur des Songs ist auf die drei Grundakkorde der Kadenz, e-moll, a-moll und H-Dur beschränkt. Es handelt sich um einen einfach strukturierten Schlager im Discosound. Erster und zweiter Teil der Strophe werden von verschiedenen Sängerinnen vorgetragen. Der Refrain wird insgesamt viermal von allen Sängerinnen gemeinsam gesungen, zwischendurch und gegen Ende des Songs teilen die Sängerinnen einzelne Zeilen untereinander auf. Zum Schluss erklingt – von allen gemeinsam gesungen – »I'm still in love with you«.

Wie im wenig narrativen Songtext ist auch im Videoclip keine Geschichte bzw. kein Konzept zu erkennen. Das Video spielt auf der Terrasse eines alten Hauses am Meer. Mit Blick auf die See beginnen ein Gitarrist und eine Rhythmusgruppe mit dem Intro. Anschließend wechselt die Szene zur ersten Sängerin, die auf der Terrasse stehend mit der ersten Strophe des Songs beginnt. Während dieser Strophe fällt der Blick auf die folgende Sängerin, die unten am Meer ihre Füße im Wasser kühlt. Sie übernimmt den zweiten Teil der Strophe und bezieht bei dem nun folgenden Refrain alle Sängerinnen mit ein. Die Positionen der einzelnen Sängerinnen wechseln nun zwischen Terrasse, Strand und dem Treppenaufgang zum Haus. Zwei der Sängerinnen singen den Teil des Refrains in einer Fensternische. Der für das Intro und die Bridges zuständige Gitarrist erscheint spielend vor dem Hauseingang. Alle Sängerinnen sind körperbetont gekleidet. Sie stellen sich als begehrenswerte Objekte dar, ihre Stimmen erklingen leidenschaftlich und sehnsuchtsvoll. Mit ihren tänzerischen Bewegungen zielen sie auf eine sexuell aufreizende Selbstdarstellung ab, die im Gegensatz zu den Aussagen von Verlust, Einsamkeit und Liebeskummer stehen.

Im Unterschied zu den Videos von Madonna und Tic Tac Toe begegnen wir bei den No Angels fünf Sängerinnen, die dem traditionellen Rollenmuster der Frau in unserer Gesellschaft entsprechen. Die Frau weint über ihre verlorene Liebe, erklärt sich trotzdem als immer verfügbares Objekt: »I'll always be your girl«. Die Gründe für die Trennung werden nicht erörtert, es erfolgt keine Auseinandersetzung mit der Situation. Stattdessen führt jede Sängerin eine Selbstinszenierung vor, die sie als begehrenswertes Objekt erscheinen lassen soll. Die Frau übernimmt keine selbstbestimmte, sondern eine abwartende, von den Männern abhängige Rolle. Die hohen Verkaufszah-

len der Platten lassen darauf schließen, dass viele Rezipienten sich mit den Aussagen und Vorstellungen der No Angels identifizieren.

Fazit

Vergleichen wir die hier aufgezeigten Beispiele miteinander, kann festgestellt werden, dass wir auf unterschiedliche Typen der Repräsentation von Weiblichkeit treffen. Madonna verkörpert in ihrem Video Weiblichkeit als »moralische Provokation«. Die Girl-Group Tic, Tac, Toe vermittelt mit ihrem Video das Bild einer Frau, die selbstbewusst für ihre Rechte eintritt. Im Video der No Angels wird die Frau als Ware dargestellt, eine Rollenzuschreibung, mit der seit Entstehen der Videoclipkultur gearbeitet wird. Es mag an der Auswahl der Beispiele liegen, dass der Eindruck entsteht, von 1990 bis zum Jahre 2000 hätte eine Rückentwicklung in Bezug auf das Auftreten der Frauen stattgefunden. So ist die Rolle der selbstbestimmten Frau im No Angels-Video nicht weiterentwickelt, sondern immer weiter zurückgenommen worden. Ein wesentlicher Grund dafür liegt wohl in der Tatsache, dass die Gruppe von Anfang an von den Medien (RTL II) und den dahinter stehenden Managern aufgebaut und gecastet wurde, die »Popstars« also, um den medialen Erfolg garantieren zu können, genau deren Vorstellungen und Wünschen gerecht werden mussten. Offensichtlich haben die Medien hier als Instrument sozialer Kontrolle gewirkt und die Geschlechterdifferenz durch Stereotypisierung verstärkt.

Bei dem Video von Madonna handelt es sich um eine Gradwanderung der prozesshaften Identifikationsstrategie, um das Infragestellen der Geschlechterdifferenzen. Insofern geht Madonna mit ihrer Darstellung hinsichtlich eines veränderten Gender-Diskurses weit über die Aussagen des Trios Tic, Tac, Toe hinaus.

Im Unterschied zu den No Angels haben Madonna und die Gruppe Tic Tac Toe ihre Texte selber geschrieben und damit nicht nur ihren eigenen Bedürfnissen Ausdruck verliehen, sondern diese in ihrer Selbstdarstellung vehement vertreten. Auf diese Weise ist es ihnen gelungen, sich der Medienkontrolle zu entziehen und neue Rollenmuster aufzubauen. Diese erreichten bereits mit Madonnas Video 1990 einen Höhepunkt in der Rollenzuweisung der Geschlechter und wurden im Laufe der folgenden zehn Jahre offensichtlich entgegen der oben geäußerten Vermutung hinsichtlich der Gender-Mainstream-Entwicklung wieder rückläufig. Es bleibt zu wünschen, dass sich mehr junge Mädchen ihrer eigenen Geschlechterrolle bewusst werden und diese in ihren Songs und Videodarstellungen zu präsentieren

lernen. Inwieweit dies gelingt, ist nicht nur abhängig von dem eigenen Selbstbewusstsein, sondern auch davon, welchen Einfluss die Medienmogule nach wie vor geltend machen können.

Literatur

- Angerer, Marie-Luise / Dorer, Johanna (1994). *Gender und Medien*. Wien: Braumüller.
- Bakerman, Jane S. (Hg.) (1995). *Gender in Popular Culture: Images of Men and Women in Literature, Visual Media, and Material Culture*. Cleveland, OH: Ridgmont.
- Bechdolf, Ute (1999). *Puzzling Gender. Re- und De-Konstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen*. Weinheim: Beltz.
- Bechdolf, Ute (2000). »Nur scharfe Girlies und knackige Boys?« In: *testcard. Beiträge zur Popgeschichte* 8: Gender – Geschlechterverhältnisse im Pop, S. 30-37.
- Blume, Jutta (1998). »Tic, Tac, Toe – Spice Girls & Co. Starimages und Geschlechterrollen in Musikvideoclips des Pop-Mainstreams.« In: *Musik und Unterricht*, H. 51, S. 26-35.
- Mc Clary, Susan (1991). *Feminine Endings: Music, Gender and Sexuality*. Minnesota u. Oxford: University of Minnesota Press.
- Johansson, Thomas (1992). »Music Video, Youth Culture and Postmodernism.« In: *Popular Music and Society* 16, H. 2, S. 9-21.
- Kaplan, E. Ann (1987). »Feminist Criticism and Television.« In: *Channels of Discourse: Television and Contemporary Criticism*. Hg. v. Robert C. Allen. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press, S. 211-253.
- Lloyd, Fran (Hg.) (1993). *Deconstructing Madonna*. London: Batsford.
- Nehring, Neil (1997). *Popular Music, Gender, and Postmodernism: Anger is an Energy*. London: Sage Publications.
- Porträt No Angels. Wort-Laut: Artists A-Z; <http://www.laut.de/wortlaut/artists/n/no-angels>; Zugriff: 24.9.2002.
- Porträt Tic Tac Toe. Wort-Laut: Artists A-Z; http://www.laut.de/wortlaut/artists/t/tic_tac_toe; Zugriff: 29.3.2003.
- Reynolds, Simon / Press, Joy (1995). *The Sex Revolts: Gender, Rebellion and Rock'n'Roll*. London: Serpent's Tail.
- Quandt, Thorsten (1997). *Musikvideos im Alltag Jugendlicher*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Tic Tac Toe. Offizielle Seite; <http://www.tictactoe.de/story.html>; Zugriff: 3.9.2002 [inzwischen off-line].
- Wilson, Janelle L. / Markle, Gerald E. (1992). »Justify My Ideology: Madonna and Traditional Values.« In: *Popular Music and Society* 16, H. 2, S. 75-84.

Abstract

Following Anglo-American research, gender research today starts from the premise that the social sex is the crucial category which helps to establish signification- and value-determination. In the course of the latest identity debate, sex-identity develops by either creating oneself or being created in a steady repetition of discourse. If subjectivity and identity can only develop by this discourse media as institutions of social control tend to reinforce gender difference through stereotyping. — These facts are verified by three music-videos by Madonna, No Angels, and Tic Tac Toe. As a result we find different types of representing femininity. In Madonna's video femininity comes along as a »moral provocation«. The girl group Tic Tac Toe shows us the type of a self-assertive woman who fights for her rights. In the video of the No Angels women are seen as a product, thus repeating the familiar role which video-clip-culture has been centered around since the beginning. Contrary to the No Angels, Madonna and Tic Tac Toe wrote their own lyrics thus expressing their own needs and interests. In this way they have succeeded in escaping media-control and establishing new role-patterns.

