

# Die Dekonstruktion des Weiblichen\* im zeitgenössischen Musikvideo

Anna-Leena Lutz

Die Auseinandersetzung mit Geschlechterrollen und Geschlechtergleichstellung hat Einzug in die breite Öffentlichkeit erlangt: Die Frauen\*quote wurde im Bundestag beschlossen, mit dem Ziel den Frauen\*anteil in Führungspositionen zu erhöhen. An der Leipziger Universität wurde in der Neufassung der Grundordnung gänzlich auf männliche\* Berufsbezeichnungen verzichtet. Hierin kommt ausschließlich die weibliche\* Variante zum Einsatz, also Professorin\* statt Professor\*. Eine Fußnote ergänzt, dass die weibliche\* Berufsbezeichnung für beide Geschlechter gilt. Damit ist die Universität Leipzig »Vorreiter der geschlechtergerechten Linguistik«, so der Deutschlandfunk (Hentsch, 2014). Der Gewinner\* des Grand Prix 2014 präsentiert sich im femininen\* Abendkleid und Vollbart als geschlechtlich unbestimmte Kunstfigur Conchita Wurst.

Solche Jubelmeldungen der Presse lassen die Geschlechter- bzw. Feminismusdebatte obsolet erscheinen. Doch weit gefehlt, denn wir befinden uns in einem Gesellschaftssystem, in dem Machtungleichheiten zwischen den Geschlechtern historisch gegeben sind und permanent von beiden Geschlechtern bewusst und unbewusst produziert werden. Da wäre neben den Lohnunterschieden zum Beispiel das Spiel mit den Rollenklischees in den Medien zu nennen. Die 2017 veröffentlichte Studie der Uni Rostock *Audiovisuelle Diversität?* verdeutlicht die Unterrepräsentanz von Frauen\* als Protagonistinnen\* und Hauptakteurinnen\* in deutschen TV-Vollprogrammen. Das Ergebnis ist eindeutig, Männer\* dominieren dabei mit 67 Prozent klar, gegenüber einem Frauen\*anteil von 33 Prozent (vgl. Prommer & Linke, 2017, S. 6). Weiter offenbart die Studie: »[W]enn Frauen gezeigt werden, kommen sie häufiger im Kontext von Beziehung und Partnerschaft vor« (ebd., S. 8). Auch in Musikvideos dominiert Männlichkeit\* einerseits quantitativ durch das häufigere Erscheinen männlicher\* Interpreten\*

und Darsteller\*<sup>1</sup>; andererseits durch Inszenierungen weiblicher\* Figuren als abhängige, verfügbare, sexualisierte Objekte. Auf derartige stereotype Weiblichkeits\*darstellungen stößt man in Musikvideos<sup>1</sup> täglich.

In jüngster Zeit spielen aber immer mehr Musiker\*innen in ihren Musikclips genau mit diesen heteronormativen Geschlechterordnungen. Einige gehen sogar noch weiter und stellen in ihren Inszenierungen das gesellschaftlich verankerte System der Zweigeschlechtlichkeit infrage. Zur Überwindung, Erschütterung und Auflösung solcher Geschlechterdifferenzen und -ordnungen in Musikvideos sind Störungs- bzw. geschlechterdekonstruierende Repräsentationsstrategien notwendig.

Ohne an dieser Stelle auf den Begriff des Feminismus näher einzugehen, scheint jedoch zunächst ein eröffnender Einblick unabdingbar. Feministische Theorien und Denkrichtungen werden auf vielfältige Weise formuliert und sind schwer voneinander zu trennen, zwei elementare Ziele lassen sich jedoch übergreifend festhalten, so Kroll: erstens die Gleichheit der Geschlechter und zweitens die Differenz zwischen Mann\* und Frau\*, die im de-/konstruktivistischen Sinne »als kulturell und sozial konstruiert begriffen wird« (Kroll, 2002, S. 103).

Die Überlegung, dass nicht nur das soziale Geschlecht (*gender*), sondern auch das biologische Geschlecht (*sex*) kulturell konstruiert sein könnte, hat das Denken innerhalb der feministischen Geschlechtertheorie maßgeblich verändert. In Deutschland hielten diese Gedanken mit dem Erscheinen von Judith Butlers Buch *Das Unbehagen der Geschlechter* Einzug ins öffentliche Bewusstsein. Butler geht davon aus, dass »das natürliche Geschlecht (*sex*) [...] definitionsgemäß immer schon ein soziales Geschlecht (*gender*) [ist], das, der Natur gemäß, als biologisches Geschlecht gedacht wird« (Bublitz, 2002, S. 56). Das anatomisch-biologische Geschlecht ist also nach Butler nur scheinbar eine natürliche Tatsache. Es ist vielmehr ein Effekt, der nur über einen kulturell geprägten Diskurs entsteht und sich im Augenblick der Auseinandersetzung immer schon in *gender* verwandelt hat (vgl. ebd.). Butler zufolge ist das Körpergeschlecht ferner kein natürliches Merkmal des Körpers, sondern kulturelles Produkt, das gleichzeitig eine gesellschaftlich verankerte heterosexuelle Ordnung und ebensolche Reproduktion vorgibt. In dieser Hinsicht kann Judith Butlers Geschlechtertheorie als Grundlage für das Verständnis der Queer Theory gesehen werden. Die

1 Synonym zum Begriff Musikvideo wird in dieser Arbeit die Bezeichnung Musikclip verwendet.

Queer Theory begreift ebenso das soziale und das biologische Geschlecht als gesellschaftliche Konstruktion und stellt das binäre Geschlechtersystem sowie die Heterosexualität als gesellschaftliche Norm in Frage. Sie plädiert für eine Vielfalt von Sexualität, Identität und Geschlecht.

Die vielfältigen und ausdifferenzierten Denkströmungen des Feminismus sind es ferner, die den Grundstock für den aktuellen Geschlechterdiskurs liefern. Demnach beschäftigen sich feministische Medien- und Geschlechterforschungen mit der Analyse von Geschlechterkonstruktionen in Musikvideos (vgl. Neumann-Braun & Mikos, 2006, S. 40).

Analog zu Judith Butlers *sex/gender*-System wird das Geschlecht somit in Musikvideos ständig »diskursiv reproduziert« (Bechdolf, 1998, S. 125). Die Kombination von Bild, Musik und Text ermöglicht dem Musikclip, als popkulturellem Bestandteil der Alltagswelt, einen enormen Spielraum an Darstellungsoptionen, nicht zuletzt aufgrund der stetig wachsenden technischen Möglichkeiten (vgl. Schach, 2006, S. 6). Ihm kann daher eine tragende Rolle im Konstruktionsprozess des gesellschaftlich verankerten Zweigeschlechtersystems und der Geschlechterordnungen zugesprochen werden. Stellt man zunächst das Bild der Frau\* im traditionell-affirmativen Musikclip in den Vordergrund, fallen die Unterrepräsentanz, der Objektstatus und die klischeehafte Darstellung von Frauen\* auf (vgl. Bechdolf, 1999, S. 20f.). In ihrem Buch *Media Entertainment* aus dem Jahr 2000 berichten Vorderer und Zillmann von Forschungsberichten zur Charakteranalyse aus 1.000 Musikvideos. Ihnen zu Folge werden Männer\* häufiger als abenteuerlich, aggressiv und dominant dargestellt, während Frauen\* meist die Rolle der Zärtlichen, Ängstlichen und Fürsorgenden innehaben (vgl. Vorderer & Zillmann, 2000, S. 180). Des Weiteren werden Männer\* im Gegensatz zu Frauen\* meist als aktive Musiker\* illustriert; Musikerinnen\* hingegen gebärden sich als grazile Tänzerin\* oder Sängerin\*, jedoch selten als Instrumentalistin\* (vgl. Mulvey, 1994, S. 55ff.). Der *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls* verweist im Jahr 2007 auf eine Studie, nach der 57 Prozent der Musikvideos Frauen\* als dekoratives Sexobjekt darstellen (APA, 2007). Die aus der deutsch-amerikanischen Untersuchung »I Just Want to Look Good for You« abgeleiteten Daten der Jahre 2015 und 2016 gehen ins Detail und zeigen, dass es fast doppelt so viele Sänger\* wie Sängerinnen\* gibt und dass 56 Prozent der Frauen\* in Musikvideos aufreizende Kleidung tragen, im Gegensatz zu 21 Prozent bei den Männern\* (Götz & Eckhardt Rodriguez, 2017, S. 121). Weibliche\* Popstars räkelteten sich außerdem in fast jedem dritten Musikvideo in

erotischen Posen, wohingegen Männer\* dies mit drei Prozent so gut wie nie tun. Des Weiteren beschränkt sich der Bildausschnitt bei jedem zweiten Musikvideo auf den Körper der Frau\*, ohne dabei das Gesicht abzubilden. Bei der Darstellung des männlichen\* Körpers ist das nur bei 32 Prozent der begutachteten Musikclips der Fall (vgl. ebd.). Im traditionell-affirmativen Musikvideo, im Musikbranchen-Regelfall findet also eine zweigeschlechtliche Unterteilung in männlich\*/aktiv und weiblich\*/passiv statt, und somit werden Heteronormativität sowie ein binäres Geschlechtersystem reproduziert. In traditionell-affirmativen Musikvideos werden Geschlechter strikt getrennt: »Männer sehen, Frauen werden gesehen« (Bechdorf, 1999, S. 80). Der hierarchisch männliche\* Blick auf die Frau\* im bewegten Bild wird in der Gender- und feministischen Medienforschung als *male gaze* bezeichnet. *Male gaze* kann aus dem Englischen als männlicher\* Blick oder männliches\* Starren übersetzt werden. Der Begriff wurde von Laura Mulvey in ihrem Essay »Visual Pleasure and Narrative Cinema« (1975) geprägt, in dem sie (ausgehend von Ideen aus der Psychoanalyse) die These vertritt, dass Filme meist aus Männer\*perspektive erzählt und gefilmt werden. Daraus resultiere die Konstruktion der Frau\* als Objekt der Begierde, und zwar für die Figuren im Film sowie für das Publikum außerhalb davon. Das funktioniert zum einen über die visuelle Hierarchisierung durch Kameraperspektive, Montage und Einstellungen. Die Frau\* wird beispielsweise von oben herab gefilmt. Ergebnis davon ist der Ausdruck von Hilfsbedürftigkeit oder Demut aufseiten der Frau\*. Ein Gefühl von Macht hingegen verspüren dabei die Zuschauenden. Ebenso geraten als erotisierend geltende Körperteile von Protagonistinnen\* wie die Brüste in jedem dritten und der Po in jedem vierten Musikvideo in den Fokus der Kamera und sind damit viel häufiger sichtbar als die des Mannes\* (vgl. Götz & Eckhardt Rodriguez, 2017, S. 121). Ein Musikvideo-Beispiel für die Darstellung der Frau\* aus der Perspektive des *male gaze* sei hier angeführt: Das Musikvideo der Regisseurin\* Diane Martel zum Song *Blurred Lines* der Musiker\* Robin Thicke, T. I. und Pharrell aus dem Jahr 2013. In Unterwäsche gekleidete, dem gesellschaftlichen Idealbild entsprechende, weibliche\* Models laufen über den Bildschirm und lassen sich von den elegant gekleideten Musikern\* »anbaggern«. Eine Textzeile, die auch im Video immer wieder typografisch abgebildet wird, ist: »Robin Thicke has a big dick« (deutsch: »Robin Thicke hat einen großen Schwanz«). Männer\* nutzen die Frauen\* in ihrem Musikvideo ferner als dekorative sexualisierte Objekte für sich selbst sowie die Konsumierenden des Videos.

Der voyeuristische Blick der Zuschauenden auf die Frau\* drückt sich in der Erzählweise aus. Vor allem im Mainstream-Bereich geht es in den Musikclips von Musiker\*innen inhaltlich häufig um die Begegnung zwischen Mann\* und Frau\*, wobei die Story aus Sicht des Mannes\* beschrieben wird: »Von der romantischen Sehnsucht nach der Angebeteten über die direkt formulierte Anmache junger, attraktiver Frauen bis zur wütenden Beschimpfung der einstmaligen Geliebten« (Bechdorf, 1999, S. 103). Eben solche traditionell-affirmativen Musikvideos treten in abwertender Haltung Frauen\* gegenüber auf und verdinglichen und sexualisieren sie. Ganz im Sinne männer\*dominierter Gesellschaftsstrukturen werden herrschende Geschlechterverhältnisse abgebildet und die Dichotomie der Geschlechter bestärkt, die Frauen\* und Männer\* als unterschiedliche Wesen ansieht und anspricht. Untersuchungen haben ergeben, dass die eindimensionale Darstellung der Geschlechter in den Medien Auswirkungen auf den Sozialisationsprozess von Kindern und Jugendlichen hat (vgl. ebd., S. 24). Es erscheint daher nicht verwunderlich, dass laut der Studie »I Just Want to Look Good for You« 75 Prozent der befragten weiblichen\* Jugendlichen den Vorbildern aus dem Musikvideo äußerlich gleichen wollen und 74 Prozent der Jungen\* gern eine\* Partnerin\* hätten, die diesen Vorbildern entspricht (vgl. Götz & Rodriguez, 2017, S. 124). Folglich entstehen dadurch Denkmuster, die Emanzipationsbestrebungen im Keim ersticken. Die Auswirkung der stereotypisierten Darstellung der Geschlechter auf die Rezipient\*innen soll jedoch in dieser Arbeit nicht vertieft werden.

Zwar dominieren traditionell-affirmative Geschlechterverhältnisse den Geschlechterdiskurs im Genre Musikvideo, jedoch finden auch oppositionelle bzw. progressive Musikclips Einzug in die Medienlandschaft, die versuchen die Geschlechterordnung und/oder -differenz mithilfe dekonstruierender Strategien aufzulösen (vgl. Bechdorf, 1999, S. 112).

Bevor die Repräsentationsstrategien zur Dekonstruktion der Weiblichkeit\* allerdings näher vorgestellt werden, soll an dieser Stelle zunächst der Begriff »Dekonstruktion« geklärt werden. Dekonstruktion kann als »ein philosophisches Werkzeug [verstanden werden], um die in binären Gegensätzen inhärente Hierarchie zu erschüttern, Bewegungsräume zwischen Differenzen zu öffnen und Bedeutungen zu verschieben« (Hartmann, 2002, S. 25). Dichotomien wie zum Beispiel Mann\* und Frau\* oder Heterosexualität und Homosexualität können mittels der Strategie der Dekonstruktion hinterfragt und aus dem Gleichgewicht gebracht werden,

um dann wieder in tragfähiger Form zusammengebaut zu werden (vgl. Distelhorst, 2009, S. 16). Das Verfahren der Dekonstruktion kann quasi als Re-Konstruktion einer neuen Realität und anderen Sichtweise auf die Welt verstanden werden (vgl. Bechdolf, 1999, S. 40). »Mittels dekonstruierender Strategien werden nicht nur hierarchische Differenzierungen umgekehrt, sondern auch binäre Logiken der Bedeutungsherstellung selbst hinterfragt« (Schuegraf & Smykalla, 2010, S. 171).

Reynolds und Press formulierten in ihrem 1995 erschienenen Buch *The Sex revolts. Gender, Rebellion and Rock'n'Roll* erstmalig Strategien der weiblichen\* Rock-Rebellion. Bechdolf greift diese vier Jahre später in ihrem Buch *Puzzling Gender* auf und fasst sie in deutscher Sprache zu vier Oberkategorien zusammen: erstens »unveränderte Übernahme der genuin männlichen Rock-Rebellion, zweitens die Anreicherung der Rockmusik mit sogenannten >weiblichen< Qualitäten, drittens das eher postmoderne Umarbeiten weiblich konnotierter Repräsentationsweisen durch Posen und Maskerade sowie viertens die schwierige Gratwanderung einer prozeßhaften [...] Identitätskonstruktion« (Bechdolf, 1999, S. 112).

Die ersten beiden Strategien sprechen sich im Sinne des Feminismus gegen die traditionellen Weiblichkeits\*zuschreibungen aus und versuchen feminine\* Stereotypisierungen mindestens aufzuzeigen. Diese Musikvideos üben zwar Kritik an der bestehenden Geschlechterordnung und an der Männer\*herrschaft in der Gesellschaft, jedoch zweifeln sie nicht das binäre Geschlechterkonstrukt als Ganzes an. Sie entwerfen vielmehr Alternativentwürfe zu stereotypen Geschlechterbildern und verankern bzw. bestätigen damit einmal mehr die Zweigeschlechtlichkeit (vgl. ebd.).

Die beiden letztgenannten Repräsentationsstrategien Demaskierung von Weiblichkeit und Umgang mit Identitätskonstruktion fasst Bechdolf unter dem Begriff des *gender b(l)ending* zusammen. *Bending* kann dabei mit »verbiegen« übersetzt werden (*to bend*) und *blending* mit »vermischen« (*to blend*). *Gender bending* meint somit die Ausweitung der Kategorie Geschlecht. *Gender blending* hingegen beinhaltet das Vermischen der Geschlechter (vgl. ebd., S. 122). Da sowohl das Vermischen als auch die Ausdehnung der Kategorie gemeint ist, wird im folgenden Text die Schreibweise *gender b(l)ending* verwendet. Mittels *gender b(l)ending* lassen sich analog zur Butler'schen Theorie nicht nur Geschlechterhierarchien überwinden, sondern sie ermöglichen darüber hinaus, die Geschlechterdifferenz als Ganzes zu erschüttern, aufzulösen oder gar Geschlechtsneutralität herzustellen, womit diese Strategien noch einen Schritt weiter

als die ersten beiden Strategien gehen (vgl. Neumann-Braun & Mikos, 2006, S. 50). Sie zielen auf die Dekonstruktion der gesellschaftlich akzeptierten Geschlechterkategorien Mann\* und Frau\* ab, die die Grundlage für sexistische Unterdrückung darstellen. Die Künstler\*innen stellen mit der Anwendung dieser Repräsentationsstrategien die Geschlechterkonstruktion gänzlich infrage und führen das binäre Konstruktionsprinzip ad absurdum oder erschaffen gar eine Neudefinition des Geschlechts (vgl. Bechdolf, 1999, S. 122).

Der vorliegende Text stellt lediglich die Repräsentationsstrategien des gender b(l)ending vor und fokussiert zur Erläuterung auf visuelle und nur punktuell narrative und akustische Beispiele. Da der Fokus dieser Arbeit auf der Dekonstruktion des Weiblichen\* liegt, wurden auf männliche\* Repräsentationsstrategien bezogene Betrachtungen Bechdolds nicht aufgenommen. Darüber hinaus beschränke ich mich in der Darstellung auf Musikvideos von weiblichen\* Musikerinnen\* bzw. Bands mit mindestens einer weiblichen\* Sängerin\*, wobei auf die Aktualität der Beispiele Wert gelegt wird.<sup>2</sup> Des Weiteren sind die Musikclips aus den Bereichen Elektro, Pop, Hip-Hop und Rock, und sind weniger dem Mainstream als dem Underground zuzuordnen.<sup>3</sup> Die ausgewählten Musikclips sind Beispiele für die Anwendung von Repräsentationsstrategien zur Dekonstruktion des Weiblichen\* in Musikvideos, sollen jedoch nicht als repräsentativ für die Musikvideoproduktion der letzten Jahre verstanden werden.

Die folgende Darstellung orientiert sich an den fünf von Bechdolf benannten Unterstrategien des Gender b(l)ending (vgl. ebd., S. 122–142).

## Demaskierung von Weiblichkeit

Mit dieser Strategie wird die gesellschaftliche Definition von Weiblichkeit\* hinterfragt. »Dies kann durch spielerische oder auch krasse Darstellungen von klassischen Weiblichkeits- (oder Männlichkeitsbildern) geschehen, die durch die Überpointierung als Maskerade sichtbar und dadurch einer Kritik zugänglich gemacht werden« (ebd., S. 122). Indem

2 Fast alle der Musikvideos sind in den letzten zehn Jahren erschienen. Keiner der Musikclips ist jedoch älter als 20 Jahre.

3 Mindestens 100.000 Musikvideo-Aufrufe waren jedoch Voraussetzung für die Aufnahme der Clips in dieser Arbeit.

die weibliche\* Figur in verschiedenste Rollen schlüpft, wird einer beständigen Geschlechtsidentität entgegengewirkt, die sich nicht festlegen lässt. Diese Rollen reichen von der magischen Femme fatale über das »devote Lustobjekt« zur herrschenden »Macho-Frau« (vgl. ebd., S. 123). Damit soll das weibliche\* Geschlecht als vielfältig, variabel und letztlich zufällig herausgestellt werden. So nimmt Grimes in ihrem zweiteiligen Musikvideo *Flesh Without Blood/Life In The Vivid Dreams* mehrerlei Gestalten an: Sie entwirft sich als eine modern-übersteigerte Marie-Antoinette auf einem pinken Tennisplatz, als dämonisch-böser Engel inmitten einer ausufernden Pyjama-Party, als Rockstar à la Michael Jackson und als gespenstisch-kühle Cyperpunk-Gamerin\*. Durch das Aufzeigen des Facettenreichtums von Weiblichkeit\* dekonstruiert sie diese und kritisiert ihre einseitige Darstellung.

Diese Instabilität der Weiblichkeits\*rolle kann sich auch in der Stimme oder Tonlage der Musik wiederfinden (vgl. ebd.). Gleichermaßen kann die Darstellung überbetonter Weiblichkeit\* und Übererfüllung der Norm nach Bechdolf zusätzlich als Demaskierung von Weiblichkeit verstanden werden (vgl. ebd., S. 124), wie zum Beispiel im Musikvideo *Das Me* von Brooke Candy. Ein anderes Beispiel sind die Videoclips von Lady Bitch Ray. Im Musikvideo *Du Bist Krank* stellt sie als Lady Ray und Doktor Bitch Ray permanent ihren Körper zur Schau. Oberflächlich betrachtet präsentiert sie sich mit ihrer knappen Kleidung, den erotischen Posen und ihrem prunkvollen Schmuck als Sexobjekt. Im Refrain fordert Lady Bitch Ray sogar ihren Patienten\* auf, ihre »Titten zu grapschen«. Diese übertriebene Zurschaustellung ihrer stereotypen Weiblichkeit\* kann als Parodie weiblicher\* Sexobjekte der Hip-Hop-Welt und ferner der Gesellschaft gelesen werden, mit der die Definition des Weiblichen\* hinterfragt werden soll. Die Überpointierung funktioniert hier als entlarvendes und kritisierendes Instrument gegenüber stereotypen Weiblichkeits\*darstellungen und der kulturell bedingten Konstruktion weiblichen\* Handelns. Ebenfalls gelingt ihr die Umdeutung der negativ konnotierten Ausdrucksweise »bitch« (deutsch: Schlampe), die im Hip-Hop als gängige abwertende Bezeichnung für (sexuell häufig aktive) Frauen\* dient. Lady Bitch Ray definiert diesen Begriff neu und schreibt ihm Stärke und einen positiven Wert zu, wenn sie ruft: »Hinter jeder starken Bitch steckt ne harte Clit.« »Bitch« erhebt sie damit zum Begriff für eine selbstbestimmte, emanzipierte, intelligente Frau\*, die nicht notwendigerweise einen starken Mann\* an ihrer Seite braucht, um schaffensmächtig zu sein.



Auch Peaches gelingt es im Musikvideo *Kick It* »die traditionellen Konzepte von Weiblichkeit und Männlichkeit auf eine Weise zu verwenden, daß die Inszeniertheit hinter den Repräsentationen transparent wird« (ebd., S. 122). Peaches performt mit Iggy Pop im gleichnamigen Musikvideo. Leicht bekleidet, mit aggressiver Gestik treten sie in einem körperlichen und lyrischen Gefecht gegeneinander an. Während sich Iggy oberkörperfrei und in Latexhosen präsentiert, zeigt sich Peaches mit feminin\* codierter Kleidung (kurze rosa Lackhose, Stöckelschuhe, pinker BH). Der Text befasst sich mit ungezähmten sexuellen Wünschen und haarigen weiblichen\* Geschlechtsteilen. Ihre Stimme wirkt aggressiv. Peaches reproduziert mit ihrem sexy rosa Outfit zwar ein klassisches Weiblichkeits\*ideal, füllt dies allerdings gleichzeitig durch Mimik, Gestik und Sprache mit neuen männlich\* codierten Inhalten aus und konterkariert damit die Geschlechterzuschreibung.

## Inszenierung gleichgeschlechtlichen Begehrens

Nach Bechdolf findet die gleichgeschlechtliche Liebe in Musikvideos meist nur in Form von Andeutungen statt und nicht in offensichtlicher Deutlichkeit. Um Anspielungen auf gleichgeschlechtliche Liebe zu verstehen, ist oftmals Vorwissen über die sexuelle Orientierung der Musiker\*innen oder Regisseur\*innen nötig, da Homosexuelle zuweilen spezielle Zeichencodes nutzen, die Heterosexuellen möglicherweise nicht geläufig sind (vgl. ebd., S. 126). »Je deutlicher ein gleichgeschlechtliches Begehren in Musikvideos sichtbar wird und je mehr spezifische visuelle und auditive Codes die Ästhetik und damit auch die Rezeptionspotentiale beeinflussen, desto eher können die Repräsentationen als Kritik an der Zwangsheterosexualität gewertet werden« (ebd., S. 129). Im Musikvideo *Real MVP* von Siya nähert sich die Musikerin\* in verschiedenen Szenen ihrer Ex-Freundin\* an. Neben dem Text des Songs, der dies verdeutlicht, weisen lediglich dezente Berührungen oder Blicke auf die gleichgeschlechtliche Liebe hin. Hingegen kommen sich im Musikvideo *Stranger* von Goldfrapp zwar eindeutig zwei Frauen\* am Strand näher, schwarz-weiß-Ästhetik, Zeitlupenaufnahmen sowie lediglich fragmentarische Close-ups dieser Szene vermitteln eher eine melancholische als erotische Stimmung.

Diese Repräsentationsstrategie kann durch die Präsentation von Sexualformen, die von der gesellschaftlichen Norm der Heterosexualität abwei-

chen, als Angriff auf die Heteronormativität verstanden werden. Aktive, offensichtliche weibliche\* Homosexualität, die nicht den Zweck hat, die Lust des Mannes\* zu steigern, findet laut Bechdolf im Jahr 1999 selten in Musikvideos statt. Diesbezüglich ist eine Veränderung im Jahr 2017 zu verzeichnen, wenn allerdings immer noch kaum im Mainstream.

## Überschreiten der Geschlechtergrenzen durch Crossdressing

Ein weiteres Verfahren zur Erschütterung der gebräuchlichen Geschlechterdifferenzierung stellt das sogenannte Crossdressing dar. Dieses Verfahren meint die Nachahmung des jeweils anderen Geschlechts durch beispielsweise Kleidung, Make-up und Gesten (vgl. ebd.). Die häufig angewandte Übertreibung der Schmink- oder Kleidungs-codes im Crossdressing demaskiert die Geschlechtergrenzen spielerisch (vgl. Neumann-Braun & Mikos, 2006, S. 49). Meist bleiben in den Musikvideos keine Zweifel an der Dichotomie, indem das »wahre« Geschlecht von dem verkleideten klar unterschieden wird (vgl. Bechdolf, 1999, S. 132). Crossdressing wirkt umso provozierender und intensiver in seiner Intention der Geschlechterdekonstruktion, wenn weder Erotik noch Ironie aufkommen (vgl. ebd., 133). Je nach Geschlecht und Hintergrund der Verwandlung können Verwandlungsprozesse ins andere Geschlecht die instabilen Geschlechtsidentitäten und die Künstlichkeit des binären Geschlechterkonstrukts also mehr oder weniger hervorheben. »Wie groß das subversive Potential dieser visuellen Inszenierungen jeweils ist, hängt stark von den anderen Zeichenebenen Musik und Sprache wie auch von der Intertextualität, der Verbindung zu anderen Medienprodukten ab« (ebd., S. 130). In einer tristen Partyraum-Kulisse performt, perfekt als Frau\* inszeniert, ein männliches\* Model lippensynchron im Musikvideo von The Knife den Titel *Pass This On*. Aggressiv bis abweisend wirken die Zuschauer\*innen, wenn die Worte »I'm in love with your brother« durchs Mikrofon raunen, begleitet von lasziven Bewegungen der Sängerin\*. Nachdem einer der »harten Jungs\*« beginnt, unmittelbar vor der Sängerin\* wie elektrisiert zu tanzen und die anderen Gäste es ihm daraufhin gleichtun, löst sich die latent angriffslustige Anspannung auf. Die Akzeptanz der Travestie-Sängerin in dieser testosterongeladenen Stimmung wirkt befreiend, die Geschlechterzugehörigkeit plötzlich nebensächlich, womit das binäre Geschlechterkonstrukt transparent und erschüttert wird.

## Androgyne Annäherung an die Geschlechtergrenze

Die bisher genannten Strategien haben diskursive Geschlechtergrenzen übergangen oder ausgeklammert, die Androgyne hat die Verwischung der Geschlechtergrenze zum Ziel (vgl. ebd., S. 134). Androgyne Repräsentationen bewegen sich in einem Spektrum zwischen männlich\* und weiblich\*. Umgangssprachlich gilt Androgyne auch als Synonym für Intersexualität, was allerdings biologisch nicht zutreffend ist. Androgyne »wird manchmal auch als Beschreibung für eine Geschlechtsidentität benutzt, die sich zwischen männlich und weiblich verortet« (Queer Lexikon, o.J.) Die Aneignung des Kleidungsstils, der Gestik, der Musik, die Inkorporierung des Ausdrucksvermögens und geschlechtlicher Codes des jeweils anderen Geschlechts dienen als verwirrungsstiftende Elemente der geschlechtlichen Einordnung (vgl. Bechdorf, 1999, S. 134f.). Dadurch entstehen Irritationen bezüglich der Zuordnung des Geschlechts und Zweifel an der Heterosexualität. Frauen\* sind im Gegensatz zu Männern\* dabei häufig dem Vorwurf der »lesbischen Männerhasserin« (ebd., S. 136) ausgesetzt.

Die Musikerinnen\* Micachu (Micachu and the shapes) wie auch J.D. Samson (Bands: Le Tigre und Men) oder La Roux treten in ihren Musikvideos stets als androgyn anmutende Wesen in Erscheinung: Kurzhaarschnitt, meist weite unbetonte Kleidung, gleichzeitig eher schwächling und weiche Gesichtszüge. J.D. Samson geht noch einen Schritt weiter, indem sie einen Schnauzbart trägt, womit sich für Uninformierte eine klare Einordnung bezüglich ihres biologischen und sozialen Geschlechts diffizil gestaltet und sie genauso Spielraum für eine mögliche Trans\*identität lässt. Klingt die Stimme der beiden erstgenannten geschlechtsneutral, so betont La Roux darin stereotype Weiblichkeit\*: Hohe Stimmlage, weiche Klangfarbe und Emotionalität verleihen ihr theatralische Wirkung und stehen im Kontrast zu ihrem androgynen Äußeren. Auch Peaches spielt neben ihren Bühnenperformances in ihren Musikvideos ständig mit der Verwischung der Geschlechtergrenzen. Im Musikclip *How You Like My Cut* steht die Choreografie einer philippinischen Tänzerin\* im Mittelpunkt. Darin imitiert sie den Tanzstil der sogenannten *macho dancer* in Manilas Diskotheken: Mit kühlem Blick und Kaugummi kauend präsentiert sie mit männlich\* konnotierten Posen ihre sportliche Figur, öffnet ihre knappe Hose, schüttelt ihr langes Haar, räkelt sich in sexuell anreizenden Posen auf dem Boden, während der Text »I am a sexy little fucker« ertönt. Sie präsentiert sich als Mischform zwischen männlich\* und weiblich\* und lässt die Zuschauenden im Unklaren

darüber, an welches Geschlecht sich die sexuelle Aufforderung richtet. Auch Peaches Stimme ist uneindeutig: Während sie anfangs aufgrund von Stimmeffekten hyperfeminin\*, gar kindlich naiv ertönt, klingt sie später eher tief und maskulin\*. Im Sinne Butlers und der Queer Studies resultiert daraus eine Verwischung der Geschlechtergrenzen, die die Darstellung der kulturellen Geschlechterkonstruktion aufzeigt. Maßgeblicher Vorreiter und Vorbild für viele androgynen Musiker\*innen ist David Bowie. In den 1970er Jahren bis zu seinem Tod im Jahr 2016 erzeugte er mit seinen Musikvideos großes Aufsehen, indem er weibliche\* wie männliche\* Figuren selbst verkörperte:

»Wegen seines Changierens zwischen männlich und weiblich sowie wegen seiner Persona-Wechsel [...] und Ironisierungen des Androgynen [...] kann er als einer der wichtigsten Geschlechter-Grenzgänger der Popmusik bezeichnet werden [...] [, indem] er sexuelle Abweichungen von der Norm geradezu zelebrierte, sich aber nie auf eine Spielart festlegte [...]« (ebd., S. 135).

Erst seit den 1980er Jahren treten auch Frauen\* als androgyne Wesen auf (vgl. Neumann-Braun & Mikos, 2006, S. 50).

Weiter zählt Bechdolf das sogenannte *Morphing* in diese Kategorie des gender b(l)ending. Damit ist ein computergenerierter Spezialeffekt gemeint, der ohne Blende ein Bild durch ein anderes ersetzt und somit beispielsweise einen Frauen\*kopf abbildet, der sich ohne Übergang in einen Männer\*- oder Tierkopf verwandelt (vgl. Bechdolf, 1999, S. 137). Im Musikvideo zu Björks Song *Hunter* findet im Wechsel eine schrittweise Transformation zwischen ihr als glatzköpfiger Sängerin\* und einer Bärin\* statt (Mensch und Tiermaschine). Die Bärin\* verkörpert die wilden Jagenden, die sie im Text beschreibt. Sie kann als eine Hybridform zwischen (nicht-femininer\*) Frau\*, wildem Tier und Technologie gelesen werden. Sie zersprengt die gesellschaftlich als natürlich verstandene Weiblichkeits\*konstruktion und fordert damit den traditionellen Begriff des Weiblichen\* heraus. Anzumerken ist die Seltenheit der Verwendung von *Morphing* im Sinne Bechdolds in aktuellen Musikvideos.

## Utopische Indifferenzen

Diese Strategie geht der Frage nach, ob »Geschlechterdifferenz in medialen Repräsentationen nicht nur [...] erschüttern, [...] dehnen und [...] verwirren, sondern auch gänzlich ad absurdum [...]« (ebd., S. 138) geführt

werden kann. Bechdolf beschäftigt sich mit der Frage, ob eine Welt ohne Geschlecht bzw. mit mehr als zwei Geschlechtern überhaupt vorstellbar wäre. Sie merkt dazu an, dass sich dieser Abschnitt eher als Theorie denn als praktische Strategie verstehen lasse. In dieser Arbeit haben die zur Strategie »utopische Indifferenzen« gehörenden vier Repräsentationsoptionen jedoch gleichwertigen praktischen Status wie die bereits vorgestellten. Des Weiteren merkt sie an, dass tatsächlich nur wenige Musikvideos existieren, deren Absicht darin liegt Geschlechterkategorien komplett obsolet erscheinen zu lassen (vgl. ebd.). An dieser Stelle ist anzumerken, wäre Ute Bechdoffs Buch *Puzzling Gender* im Jahre 2017 erschienen, hätte sie für die folgenden Strategien möglicherweise den Überbegriff non-binär gewählt und ausdifferenziert. Ein Geschlecht also das sich einer Zweiteilung entzieht und eine Identifikation mit keinem oder mehr Geschlechtern ermöglicht.

Die erste Repräsentationsoption besteht im »Verzicht auf identifizierbare Bilder von Frauen und Männern« (ebd.) Visuelle Bilder und geschlechtlich zuordenbare Stimmen müssten demnach beispielsweise Grafiken oder computergenerierten Figuren, denen kein Geschlecht zugewiesen ist, weichen. Treffende Beispiele hierfür liefert die Musikerin\* und Performance-Künstlerin\* planningtorock in ihren Musikvideos, in denen sich weder Stimme noch Äußeres einem Geschlecht zuordnen lassen. Sie arbeitet mit visueller sowie akustischer Verfremdung und präsentiert sich in ihren Videoclips als Hybridform zwischen außerirdischem Wesen und anders künstlicher Figur, jedoch nie einem Geschlecht zuordenbar. Geschlechtergrenzen stellt planningtorock komplett auf den Kopf, womit ihr eine Neudefinition des Geschlechts bzw. die Erfindung eines weiteren Geschlechts gelingt.

Die zweite mögliche Strategie ergibt sich aus einer identischen (audio) visuellen Repräsentationsweise von Mann\* und Frau\*. Damit ist die gleichberechtigte auditive bzw. visuelle Inszenierung der beiden Geschlechter gemeint, die ähnliche Körpersprache, Gestiken oder Stimmlagen vorweisen. Innerhalb dieser Unterstrategie spielt die erotische Darstellung keine Rolle und lässt daher die Geschlechterhierarchie obsolet erscheinen. Als Beispiel hierfür steht die Band Easter. Die Protagonistin\* singt schleppend und in tiefer Tonlage den gleichnamigen Titel des Musikvideos *Ur A Great Babe*, während ihr Kollege und sie auf visueller Ebene mit ihren minimalen Handlungen, wenig Gestik und Mimik sowie viel Dunkelheit geschlechtsneutral wirken oder zumindest die Geschlechterhierarchien stark in den Hintergrund gerückt werden.

Noch stärker am binären Geschlechterkonstrukt rüttelt die dritte Verfahrensmöglichkeit. Sie orientiert sich an der androgynen Repräsentationsstrategie, bedient sich der optischen Vermischung allerdings weitaus exzessiver. Sie sorgt für die »Vermischung von äußerst differenten weiblichen und männlichen Zeichen [...]« (ebd., S. 140).

Wie bereits im Abschnitt »Androgyne Annäherung an die Geschlechtergrenze« geschildert, irritiert J. D. Samson, Musikerin\* der Bands *Le Tigre* und *Men*, etwa als androgyne, oder wie sie sich selbst beschreibt, als non-binäre Figur in ihren Musikvideos: schmächtig, mit kurzem Haar, Schnauzbart, maskulinem\* Kleidungsstil und geschlechtsneutralen Gesten bei gleichzeitig hell klingender Stimme. Im Musikvideo *Who Am I To Feel So Free* von *Men* steht J. D. Samson statisch auf einem Berggipfel, was an das Gemälde *Der Wanderer über dem Nebelmeer* von Caspar David Friedrich erinnert. Sukzessive beginnt die Annäherung der Kamera. Bei ihr angekommen wird sichtbar, wie sich auf Höhe ihres Geschlechtsteils ein Leuchtturm aufrichtet und schließlich eine Eruption mit goldenem Konfetti hervorruft. Auf humorvolle Weise erfindet sie im eben beschriebenen Musikvideo den weiblichen\* Phallus, der als Symbol für Kraft und Macht und als Inkorporierung der Männlichkeit\* (und Weiblichkeit\*) gelesen werden kann. Folglich bleibt die Zweigeschlechtlichkeit nicht immanent, wodurch Platz für die Eigenständigkeit der Geschlechtsidentitäten entsteht. Orientiert an Butler zweifelt J. D. Samson damit die Existenz einer eindeutigen oder wahren Geschlechtsidentität an und stellt den traditionellen Geschlechterdualismus infrage.

Häufig entsteht diese Vermischung der Geschlechter auch durch technische Hilfsmittel, die den Körper in seine Einzelteile »zerstückeln« und mit solchen des anderen Geschlechts wieder zusammensetzen, auf musikalischer Ebene beispielsweise durch Verfremdung der eigenen Stimme. Im Musikvideo *Clap Your Hands* der Musikerin\* Sia changiert sie als Puppe, fragmentiert zwischen lasziver Königin\*, gewissenhafter Bauarbeiterin\*, Pilotin\*, unbeholfenem Vogel, der von einem goldenen Wesen mit Flügeln gefressen wird, bis hin zur »Südseeschönheit«, die in einen rosa Frosch verwandelt wird. Sie wechselt dabei nicht nur zwischen den Geschlechtern und vermischt Feminität\* auf äußerst irritierende Weise mit Maskulinität\*, sondern verdinglicht oder entmenschlicht sich gleichzeitig und lässt damit Spielraum für die Vielfalt der Geschlechterdarstellung entstehen.

Die Bisexualität stellt die vierte Repräsentationsmöglichkeit dar. Als Repräsentationsoption unterscheidet sie nicht zwischen Hetero- und Homo-

sexualität, sondern lässt beides gleichermaßen zu. Bechdolf merkt hier an, dass die Begrifflichkeit Multi- oder Polysexualität an dieser Stelle noch passender wären (vgl. ebd., S. 141). In Kylie Minogues Videoclip *All The Lovers* zeigt sich ein stetig größer werdendes sich liebkosendes halb nacktes Menschenknäuel, mit ihr auf der Spitze. Die Austauschbarkeit der Geschlechter sowie die Nebensächlichkeit der sexuellen Orientierung stehen hier im Mittelpunkt.

## Resümee

Wie sich zeigt, gibt es aktuell einige Musikvideo-Beispiele, die zur Dekonstruktion des Weiblichen\* beitragen können. Die große Mehrheit aber beschäftigt sich nur am Rande oder (noch) gar nicht mit der Frage nach Geschlechtergerechtigkeit bzw. der Aufhebung der Dichotomie Mann\*/Frau\*. Die vorangegangenen Musikvideos jedoch wirken am geschlechter- bzw. weiblichkeits\*kritischen Diskurs mit. Zum einen gelingt ihnen mindestens anti-stereotypische Frauen\*bilder und männer\*dominierte Strukturen sichtbar zu machen, zum anderen die Befreiung des Geschlechts aus seinem gesellschaftlich fest verankerten Zweigeschlechtersystem.

Emanzipatorische Weiblichkeits\*darstellungen und Geschlechter-Indifferenz in Musikvideos aufzuzeigen, könnte möglicherweise gerade beim jungen Publikum Einfluss auf bestehende Geschlechterbilder haben, da Musiker\*innen eine nicht unerhebliche Vorbildfunktion für ihre Anhänger\*innen erfüllen. Wie viel Einfluss diese Musiker\*innen mit ihren Videoclips tatsächlich auf die Auflösung der Geschlechterstereotype haben, muss hier allerdings unbeantwortet bleiben. Allerdings ist auch der Einfluss des Mediums Musikvideo auf gesellschaftliches Handeln und Denkprozesse nicht zu unterschätzen. Musikvideos können möglicherweise den Geschlechterdiskurs besser vorantreiben als konfrontative theoretische Feminismus- und Gender-Diskussionen. Gleichzeitig sollte man im Hinterkopf behalten, dass eben diese Theorien es den Musiker\*innen erst in größerer Breite ermöglichen, die Geschlechterordnungen und -differenzen zu durchbrechen. Die theoretischen Grundlagen und das praktische Streiten haben dazu beigetragen, dass sich Musikerinnen\* heute trauen, etwas auszuprobieren und selbstverständlich auch böse, wüst und wild zu sein.

## Literatur

- APA (2007). *Report of the APA Task Force on the Sexualization of Girls*. Washington, D.C.: American Psychological Association.
- Bechdorf, U. (1998). Männlich vs. Weiblich? In D. Beinzger, S. Eder, R. Luca & R. Röllecke (Hrsg.), *Im Wyberspace. Mädchen und Frauen in der Medienlandschaft* [Schriften zur Medienpädagogik, Bd. 26] (S. 124–136). Bielefeld: GMK.
- Bechdorf, U. (1999). *Puzzling Gender. Re- und De-Konstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen*. Weinheim: Deutscher Studienverlag.
- Bublitz, H. (2002). *Judith Butler zur Einführung*. Hamburg: Junius.
- Distelhorst, L. (2009). *Judith Butler*. Paderborn: Wilhelm Fink.
- Götz, M. & Eckhardt Rodriguez, A. (2017). I Just Want to Look Good for You. Stereotypes in Music Videos and How to Overcome the Self-Evident Sexism in Germany. In D. Lemish & M. Götz (Hrsg.), *Beyond the Stereotypes? Images of Boys and Girls, and their Consequences* (S. 119–130). Göteborg: Nordicom.
- Hartmann, J. (2002). *Vielfältige Lebensweisen. Dynamisierungen in der Triade Geschlecht-Sexualität-Lebensform. Kritisch-dekonstruierte Perspektiven für die Pädagogik*. Opladen: Leske + Budrich.
- Hentsch, F. (2014). Universität Leipzig. Heftige Reaktionen auf die weibliche Form. Köln: Deutschlandfunk. [https://www.deutschlandfunk.de/universitaet-leipzig-heftige-reaktionen-auf-die-weibliche.680.de.html?dram:article\\_id=294077](https://www.deutschlandfunk.de/universitaet-leipzig-heftige-reaktionen-auf-die-weibliche.680.de.html?dram:article_id=294077) (31.01.2019).
- Kroll, R. (Hrsg.). (2002). *Metzler Lexikon. Gender Studies Geschlechterforschung. Ansätze – Personen – Grundbegriffe*. Stuttgart u. Weimar: J. B. Metzler.
- Mulvey, L. (1994). Visuelle Lust und narratives Kino. In L. Weissberg (Hrsg.), *Weiblichkeit als Maskerade* (S. 48–65). Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch.
- Mulvey, L. (1975). Visual Pleasure and Narrative Cinema. *Screen* 16(3), 6–18.
- Neumann-Braun, K. & Mikos, L. (2006). *Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur* [Schriftenreihe Medienforschung der LfM, Bd. 52]. Berlin: Vistas.
- Prommer, E. & Linke C. (2017). Audiovisuelle Diversität? Geschlechterdarstellungen in Film und Fernsehen in Deutschland. Kurzbbericht Rostock: Philosophische Fakultät, Institut für Medienforschung.
- Queer Lexikon (o. J.). <https://queer-lexikon.net/wp/2017/06/15/androgyn/> (31.01.2019).
- Reynolds, S. & Press, J. (1995). *The Sex Revolts. Gender, Rebellion, and Rock 'n' Roll*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schach, C. (2006). *Dancing Queen & Ghetto Rapper. Die massenmediale Konstruktion des »Anderen«. Eine systemtheoretische Analyse der hegemonialen Diskurse über Ethnizität und Geschlecht in populären Musikvideos* [Reihe Medienwissenschaft, Bd. 12]. Herbolzheim: Centaurus Verlag.
- Schuegraf, M. & Smykalla, S. (2010). Zwischen Popfeminismus und Mainstream – Inszenierungsstrategien von KünstlerInnen im Musikvideoclip. In N. Degele, S. Schmitz, M. Mangelsdorf & E. Gramespacher (Hrsg.), *Gendered Bodies in Motion* (S. 163–183). Opladen & Farmington Hills: Budrich UniPress.
- Vorderer, P. & Zillmann, D. (2000). *Media Entertainment: The Psychology of Its Appeal*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.



## Die Autorin

*Anna-Leena Lutz* studierte im Bachelor Kultur- und Medienpädagogik und beendete ihr anschließendes Studium der Angewandten Medien- und Kulturwissenschaft mit der Masterarbeit »Repräsentationsstrategien zur Dekonstruktion des Weiblichen im zeitgenössischen Musikvideo«. Sie arbeitete als ausgebildete Buchhändlerin in Augsburg und Berlin und 2012 als Pädagogin in der Abteilung für frühkindliche Bildung im Brooklyn Children's Museum in New York City. Heute arbeitet sie als freie Kulturpädagogin hauptsächlich mit Mädchen\*gruppen und plant für 2019 ein Girls Rock Camp in Leipzig. Sie spielt Schlagzeug, seit sie 14 Jahre alt ist, seit 2009 bei der Band Half Girl. Ihre einjährige Tochter Holly ist eine hoffnungsvolle Nachwuchsdrummerin.

