

---

**Autoren:** Neumann-Braun, Klaus/ Mikos, Lothar.

**Titel:** Geschlechterpräsentation [in Musikvideos].

**Quelle:** Neumann-Braun, Klaus/ Mikos, Lothar: Videoclips und Musikfernsehen. Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Band 52. Düsseldorf 2006. S. 42-52.

**Verlag:** Vistas Verlag.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Herausgebers.

---

*Klaus Neumann-Braun, Lothar Mikos*

## **Geschlechterpräsentation [in Musikvideos]**

Das „Bild der Frau“ im Videoclip setzt sich aus mehreren Faktoren zusammen. Im Vordergrund stehen (1.) Rollenstereotype, (2.) Geschlechterverhältnis und (3.) „visuelle Hierarchisierung“ bzw. „male gaze“ (Bechdolf 1999a). Visuelle Hierarchisierung betrifft die spezifische Repräsentation von Frauen durch Kameraeinstellung, Perspektive und „Blickkonstruktion“, was im Kontext der feministischen Filmwissenschaften (Mulvey 1975) als „male gaze“ bezeichnet wird (Bechdolf 1997b, Kaplan 1987/1988, Stockbridge 1990). Vor allem das Verhältnis zum anderen Geschlecht spielt bei Weiblichkeitsbildern eine Schlüsselrolle. Bestimmte Repräsentationsformen, wie die Imitation männlichen Verhaltens oder Parodie von Weiblichkeit, symbolisieren Kritik an der herrschenden Geschlechterhierarchie. Die in Videoclips dargestellten Geschlechterpräsentationen chargieren zwischen traditionellen Geschlechterstereotypen und alternativen bzw. oppositionellen Darstellungsmustern. Einen umfangreichen Überblick über typische traditionelle und oppositionelle Darstellungsmuster der Geschlechter bieten u. a. Bechdolf (1999a) und Blume (1993). Unter den Prämissen dekonstruktivistischer Gender Studies besprechen Bechdolf (1999a), Funk-Hennigs (2003), Geuen/Rappe (2003) und Schwichtenberg (1993) außerdem Weiblichkeits- und Männlichkeitsbilder in Videoclips, durch die biologische Geschlechterdifferenzen verwischt bzw. überwunden werden (gender bending). Damit werden unterschiedliche Forschungsperspektiven innerhalb der Gender Studies deutlich, aufgrund derer mögliche Überwindungen patriarchaler

Repräsentationsformen kontrovers diskutiert werden. Im Folgenden werden verschiedene, in der Literatur besprochene Inszenierungsmuster von Weiblichkeit in Videoclips zusammengefasst.

## **Traditionelle Geschlechterdarstellungen**

### **Inhaltliche Merkmale**

Einen guten Überblick über affirmative Darstellungen in Videoclips bieten Bechdorf (1999a), Blume (1993) und Lemish (2003). Das traditionelle Geschlechterverhältnis ist geprägt durch Differenz und Asymmetrie zwischen Mann und Frau. Die Geschlechterhierarchie konstituiert und reproduziert sich durch männliche Dominanz, Macht und Kontrolle. Affirmative Videoclips weisen zentrale Gemeinsamkeiten auf, zu denen die geschlechtsspezifische Ungleichbehandlung von SprecherInnenrollen, Handlungsspielräumen, visueller Aufmerksamkeit und musikalisch symbolisierter Wertschätzung zählt. Zu den konventionalisierten Visualisierungen weiblicher Rollen gehören Stereotype wie u.a. Frauen als inkompetentes Wesen, als Übermutter, als verfügbare Verführerin oder als „Accessoire“ für männlichen Lifestyle bzw. als Verkörperung männlicher Potenzwünsche (Blume 1993). Allgegenwärtig ist die Dichotomie „Heilige/Hure“, wonach Frauen entweder als „melancholy victim“ oder „iron bitch“ (Lemish 2003) dargestellt werden. Typische filmische Weiblichkeitsmuster, die sich entlang der Dichotomie „Heilige/Hure“ bewegen, sind der Vamp, die „femme fatale“, die Krankenschwester und die Nonne. Die unzählbare Furie und die QuerulantIn führen Weiblichkeitsvorstellungen ins Absurde. Hauptkennzeichen affirmativer Weiblichkeitsvorstellungen sind Exklusion oder Verfügbarkeit. Frauen werden in Videoclips männlicher Künstler entweder ausgeschlossen oder als Objekt der Verfügbarkeit präsentiert.

### **(1.) Exklusion des Weiblichen**

Die von Lewis (1990) als „male-address videos“ bezeichneten Videoclips sprechen durch die Aktivierung des klassischen Rock-Diskurses in erster Linie ein männliches Publikum an. Die männliche Zuschaueradressierung zeichnet sich dadurch aus, dass die Videoclips auf Fragen der Identitätsentwicklung männlicher Adoleszenz ausgerichtet sind und weibliche Adoleszenz nur im Zusammenhang mit männlichen sexuellen Interessen

dargestellt wird. Dies ist vor allem in klassischen Rock- und Heavy-Metal-Videoclips der Fall (Walser 1993b, Lewis 1990) und findet vermutlich seine Fortsetzung in aktuellen musikalischen Epigonen. Dargestellt wird ein Universum männlicher Adoleszenz („Männerwelt“), in dem Frauen nur am Rande vorkommen. Videoclips orientieren sich an der dichotomen Vorstellung von Öffentlichkeit und Privatheit (Fiske 2000) und inszenieren die Öffentlichkeit der street corner culture (Lewis 1993) als privilegierten Handlungsraum männlicher Protagonisten. Dargestellt werden männliche Abenteuerlust, aggressive Konkurrenz und männerbündische Zusammenschlüsse (Bechdorf 1999a, Blume 1993, Lewis 1990/1993, Walser 1993b).

## **(2.) Verfügbarkeit des Weiblichen**

Hintergrund ist die patriarchale Definition weiblicher Sexualität (Brown/Schulze 1990). Sexuelles Begehren wird als typisch männlich inszeniert und Liebe wird als romantische Erzählung (romance, love story) aus männlicher Perspektive geschildert (Bechdorf 1999a). Männer und Frauen sind durch Dualismen (z.B. Aktivität/Passivität; Kultur/Natur) gekennzeichnet und können nur in der Vereinigung ein vollständiges Ganzes werden (Funk-Hennigs 2003). Dargestellt wird die weibliche Abhängigkeit von Männern (McRobbie 1994, Seidman 1999). Typisch ist auch die Idealisierung des Weiblichen bzw. die Romantisierung der „weiblichen Natur“ (Blume 1993). Insgesamt bewegt sich weibliches Verlangen innerhalb der Dichotomie „Heilige/Hure“ (Bechdorf 1999a, Blume 1993). Frauenkörper und Körperfragmente werden als Ornament bzw. dekoratives Accessoire in Szene gesetzt (Bechdorf 1999a, Blume 1993). In den meisten Videoclips werden die Geschlechter dadurch unterschieden, dass Frauen als erotische Objekte männlicher Begierde („Sexobjekt“) repräsentiert werden, wodurch die Hierarchie der Geschlechter etabliert bzw. reproduziert wird. Dadurch werden männliche Omnipotenzwünsche signalisiert. Die Verfügbarkeit über Frauen dient der Verarbeitung männlicher Versagensängste (Blume 1993). Im Hinblick auf den Jugendschutz gilt anzumerken, dass die Darstellung der Verfügbarkeit des Weiblichen im Rahmen der Literatur als fragwürdigste Form der Frauendarstellung bewertet wird. Dabei lässt sich die potentielle Machtausübung durch den männlichen Blick („male gaze“) von der faktischen Präsentation weiblicher Verfügbarkeit bzw. Eigentums unterscheiden. Wird männliche Dominanz als Verfügungsgewalt über Frauen in Szene gesetzt - d.h. findet eine

Verbindung männlicher Dominanz (inhaltliche, narrative Clipsebene) mit der Darstellung verdinglichter weiblicher Sexualität (Körperpräsentation und Formal-Ästhetik) statt - sehen die meisten Autorinnen und Autoren die Grenzen der Darstellungsfreiheit überschritten. Dies ist u.a. der Fall, wenn Frauen nicht nur im Aufmerksamkeitsfokus der Betrachtenden stehen, sondern sie zum beherrschten „Sexobjekt“ des männlichen „Sexsubjekts“ im Bild werden. Hierzu bedarf es jedoch weiterer Analysen.

### **Visuelle Hierarchisierung: Männliche Schaulust („male gaze“)**

Traditionellerweise gilt der männliche Blick als zentrale Weise, durch die Männer Macht auf Frauen ausüben (Bechdolf 1999a, Fiske 2000). Der „male gaze“, die männliche Schaulust, ist eines der zentralen Paradigmen feministischer Filmtheorie und der Kunstgeschichte (Berger 1974, Mulvey 1975), welches u.a. von Kaplan (1987, 1988) und Stockbridge (1990) auf korporale Weiblichkeitsinszenierungen im Videoclip übertragen wird. In Videoclips kommen Frauen als „visual hooks“ (Goodwin 1993b) zum Einsatz; das Betrachten fetischisierter Körper evoziert die visuelle Lust des Betrachters (Bechdolf 1999a). Herausragendes Merkmal bei Frauendarstellungen ist die Inszenierung weiblicher Körpersprache und Mimik für den apostrophierten männlichen Betrachter. Hintergrund ist die eindimensionale Geschlechterrollenverteilung, nach der Männer sehen und Frauen angesehen werden.

### **Oppositionelle Geschlechterdarstellungen**

Die überwiegende Mehrzahl der Arbeiten aus den Gender Studies beschäftigt sich mit Frauendarstellungen in Videoclips, denen es gelingt, traditionelle, affirmative Geschlechterdarstellungen zu überwinden. Es geht um den Bruch mit traditionellen Geschlechterrollen. Zu progressiven medialen Frauenbildern zählt Blume (1998) u.a. die Erfolgsfrau („super-“ bzw. „wonderwoman“): die emanzipiert-kritische und sozial-engagierte Frau, die selbstbestimmte und extrovertierte Frau und die selbstbestimmte Verführerin. So lassen sich verschiedene Strategien weiblicher Opposition und Rebellion in Videoclips unterscheiden. Übereinstimmung besteht in der Einschätzung, dass Musikvideos unterschiedliche weibliche Repräsentationsmuster und verschiedene Strategien der Adressierung weiblicher Zuschauerinnen enthalten (Bechdolf 1999a, Blume 1993/1998, Funk-Hennigs 2003, Kaplan 1988, Lewis 1993 und Reynolds/Press 1995, Lemish 2003). Oppositionelle bzw. progressive Weiblichkeitsdarstellungen lassen sich

nach verschiedenen inhaltlichen, formal-ästhetischen und musikalischen Kriterien unterscheiden (Bechdorf 1999a). In der Literatur finden sich die folgenden Strategien weiblicher Adressierung in Videoclips: (1.) Imitation männlicher Geschlechtsidentität, (2.) Selbstbehauptung durch weibliche Qualitäten und (3.) ironisch-kritischer Umgang mit weiblicher oder männlicher Geschlechtsidentität (Bechdorf 1999a, Blume 1993, Curry 1999).

### **Imitation männlicher Geschlechtsstereotype**

Die Imitation männlichen Verhaltens gilt als deutlicher Bruch mit weiblichen Rollenerwartungen. Bloss (1998) beschreibt die Übernahme männlicher Rocksymboliken wie Musikinstrumente oder Outfit bei Suzi Quatro, Patti Smith und Chrissie Hynde, die sich an der Grenze zur Androgynität bewegt. Courtney Love, Sängerin der Punk-Band Hole, verdeutlicht in den Augen von Zellers (1998) prototypisch die Übernahme des Habitus männlicher Rockmusiker: „Courtney ist der einzige weibliche 'Rockstar' im alten Sinn des Wortes: Sie verkörpert die Prahlerei von Mick Jagger, die schlüpfrige Herausforderung von Jim Morrison, die sexuelle Gefräßigkeit von Jimmy Page und den Scharfsinn von John Lennon in einer Person. Mit anderen Worten das genaue Gegenteil dessen, was eine Frau sein sollte" (Zellers 1998, S. 129). Aggressivität, Kriminalität, Mobilität, Macht und Kontrolle sind Ausdruck männlicher Geschlechtsidentität und werden oft in dem Alltagsmythos „Straße" versinnbildlicht (Shelton 1997, Richard 2003). Typische Übernahmen männlicher Rollenstereotype in Videoclips von Girlgroups (Spice Girls, No Angels) stellen Dibben (1999) und Nolte (2004) dar. Bei der Aneignung von Männlichkeit durch Frauen geht es in der Regel um den Griff nach Macht (Bechdorf 1999a).

Insbesondere von Frauen ausgeübte Aggression und Gewalt wird in der Literatur von Geuen/Rappe (2003), Lemish (2003), Richard (2003), Shelton (1997) und Troka (2002) als Inversion bestehender Geschlechterhierarchie interpretiert und befürwortet. Im Gegensatz dazu bewerten Dibben (1999) und Blume (1998) aggressiv gefärbte Rollenstereotype wie sexy Furie, „femme fatale" oder Dominatrix als Bestätigung patriarchaler Weiblichkeitsbilder. Im deutschsprachigen Raum wird vor allem die All-girl-band bzw. Girlgroup Tic Tac Toe (*Leck mich am A, B, Zeh* und *Ich find Dich Scheiße*) von Funk-Hennigs (2003) und Blume (1998) wegen ihrer aggressiven Auseinandersetzung mit Männern und der Inversion der Geschlechterhierarchie hervorgehoben. Die Gruppe

verbindet sozialkritische Lyrik und Alltagsnähe mit männlich konnotiertem, lautem Sprechgesang.

## **Selbstbehauptung durch weibliche Qualitäten**

### **(1.) Protest gegen Diskriminierung:**

Dazu zählen zum einen Videoclips weiblicher Künstlerinnen, die Kritik an traditionellen Männer- und Frauenrollen aus weiblicher Perspektive äußern. Im Rekurs auf liberale oder radikale feministische Diskurse wird in Videoclips vom Typus „give woman a voice“ Protest gegen weibliche Diskriminierung laut. Typische Videoclips sind laut Kaplan (1988) und Bechdorf (1999a) Tina Turner *Typical Male*, Salt'n'Pepa *Start Me Up*, Janet Jackson *Nasty*, Susan Vega *Luca*, Aretha Franklin/Annie Lennox *Sisters Are Doin' It for Themselves*. In den 1990er Jahren rücken explizit gesellschaftskritische Protesthaltungen weiblicher Künstlerinnen an den medialen Rand und wurden eher in Videoclips der Riot-Grrrl-Bewegung (PJ Harvey, Babes in Toyland, Hole, Bikini Kill) und von kritischen weiblichen Rapperinnen (Monie Love, Queen Latifah) vertreten (Blume 1996, Bechdorf 1999a, Dibben 1999). Die Riot Grrrl Bewegung setzt auf die Vermittlung von Aggressivität und Sex und grenzt sich bewusst vom Second-Wave-Feminismus der 1970er Jahre ab, den man als zu lustfeindlich und streng empfand; sie gilt als Wegbereiter für die kommerziell erfolgreichere Alanis Morissette (Seibel/Williams 2001b, Zellers 1998).

### **(2.) Erweiterung weiblicher Ausdrucksweisen (female adress videos):**

Vor allem Arbeiten aus dem Kontext der anglo-amerikanischen Cultural Studies, u.a. Dibben (1999), Emerson (2002), Fiske (2000), Lemish (2003), Lewis (1990, 1993) und Stockbridge (1987, 1990) haben sich mit weiblichen Adressierungen in Videoclips beschäftigt. Der Fokus der Cultural Studies lag lange Zeit auf devianten männlichen Subkulturen. Erst verspätet wurden in den 1980er und 1990er Jahren Funktion und Bedeutung der Wissensformationen, Praktiken und Übergangsriten weiblicher Adoleszenz analysiert (Emerson 2002, McRobbie 1994). Schwerpunkte bilden die Analyse der Konsum- und Freizeitkultur weiblicher Jugendlicher (Fiske 2000, Lewis 1993, McRobbie 1994), weibliche Fankulturen („wannabees“, „look-alikes“) (Lewis 1993), weibliches Verlangen und Körpervergnügen (Blume 1998, McRobbie 1994, Stockbridge 1990) sowie Weiblichkeitsmuster in Teenagermagazinen (McRobbie 1994). Es werden Praktiken der

„girl culture“ aufgezeigt, die sich männlichen Privilegien, elterlicher Autorität und institutionellen Zwängen widersetzen (Brown/Schulze 1990, Lewis 1993).

Strukturalistische und kulturkritische Prämissen werden aufgegriffen und weiterentwickelt (siehe McRobbie 1994). Bei der Produktanalyse werden Praktiken und Rituale weiblicher Adoleszenz einbezogen, wodurch der semiotische Ansatz um die Frage visuellen Vergnügens bei der Aneignung von Videoclips erweitert wird. Im Gegensatz zu Fiske (2000), Lewis (1993) und McRobbie (1994) setzen sich neuere Videoclipanalysen (Dibben 1999, Lemish 2003) kritisch mit der Repräsentation von Konsumkultur und Körperpolitik in den Videoclips weiblicher Stars auseinander.

Lewis (1990, 1993) zeigt anhand der Videoclips erfolgreicher Künstlerinnen der 1980er Jahre (Madonna, Cindy Lauper, Pat Benatar), wie durch „visuelle Strategien“ eine direkte Adressierung adoleszenter weiblicher Publika stattfindet, die sich weniger an politischen Inhalten orientiert, sondern vielmehr die kulturellen Aktivitäten und Erfahrungen weiblicher Adoleszenz in den Vordergrund stellt. Lewis (1993) geht davon aus, dass MTV (USA) keine homogene sexistische Adressierung konstituiert. Stattdessen wird durch weibliche Künstlerinnen die häufig herablassend behandelte jugendliche „girl culture“ aus einer neuen Perspektive sichtbar, wodurch eine Aufwertung distinkter weiblicher kultureller Praktiken stattfindet. McRobbie (1994) und Lemish (2003) sehen darin eine Legitimierung weiblicher Übergangsriten. Die Videoclips weiblicher Stars wie Cindy Lauper (Lewis 1993) oder der Spice Girls (Dibben 1999, Lemish 2003) repräsentieren die Erfahrungen weiblicher Adoleszenz. Neben genuin weiblichen Handlungsräumen und Aktivitäten - der „girl culture“, „bedroom culture“ bzw. „consumer culture“ - werden Handlungsräume und Symbole männlicher Jugendlicher aufgegriffen und mit weiblichen Erfahrungen und Praktiken ausgefüllt. Nach Kaplan (2002) und Lewis (1993) werden durch symbolische Umdeutungsprozesse etablierte Bedeutungssysteme der Geschlechterrepräsentation aus den Angeln gehoben.

***(3.) Arbeiten aus musikwissenschaftlicher Perspektive betrachten die Rolle weiblicher Musikerinnen/Komponistinnen und die Bedeutung der musikalischen Form hinsichtlich der Frage der Geschlechterrepräsentation. Musikalische Form:***

Wichtige Arbeiten zur Repräsentation von Geschlechtsidentität und Sexualität in Popmusik sind Walser (1993b) und McClary (1991). Vor allem McClary hebt

eigenständige feminine musikalische Ausdrucksweisen in der Popmusik hervor. Den Ausschluss von Frauen in der Musikpraxis sieht Bechdorf (1999a) darin begründet, dass Musik in der Lage ist, erotisches Begehren und sexuelle Macht auf eine nicht-rationale und damit nicht kontrollierbare Weise auszudrücken. Hawkins (1997) verbindet musikwissenschaftliche Videoclipanalyse mit den Prämissen dekonstruktivistischer Gender Studies. Nach Hawkins findet die visuell inszenierte Auflösung stabiler Geschlechtsidentität in den Videoclips Madonnas ihre Entsprechung in Stimme, Harmonie, Melodie und Rhythmus. Bechdorf (1999a) sieht in Übereinstimmung mit McClary (1991) und Walser (1994) eine Vergrößerung des Definitionsspielraums von Männlichkeit und Weiblichkeit durch innovative musikalische Struktur und Sounds. Nach Bechdorf (1999a) wird die weibliche Subjektposition dann gestärkt, wenn Frauen die Rolle von Instrumentalistinnen und Komponistinnen einnehmen (Tory Amos, Candy Dulfer, Sheryl Crow, Sheila E., Alanis Morissette).

## **Ironisch-kritischer Umgang mit Geschlechtsidentität und Geschlechterdifferenz**

### ***(1.) Parodie:***

Durch Parodien werden klassische Frauenrollen ironisch-kritisch in Frage gestellt. Oft ist der kritische Standpunkt jedoch nicht eindeutig feststellbar und die Darstellungen schwanken zwischen Parodie und Pastiche (Curry 1999). Parodie bzw. Pastiche weiblicher Rollenstereotype werden von Bechdorf (1999a), Curry (1999), Dibben (1999) und Fiske (2000) u.a. in Videoclips von Madonna und den Spice Girls erwähnt. Curry (1999) bezeichnet Madonnas Starimage als begrenzte Parodie, wodurch keine radikale Neuzuschreibung weiblicher Identität stattfindet.

### ***(2.) Infragestellung stabiler Geschlechtsidentität (siehe Bechdorf 1999a, Funk-Hennigs 2003, Reynolds/Press 1995):***

Funk-Hennigs und Bechdorf benutzen, angelehnt an Butler (1990), die Bezeichnung doing gender, um die Prozesshaftigkeit weiblicher (Geschlechts-)Identität zu charakterisieren. Vor allem die Videoclips Madonnas werden als herausragende Beispiele „postmoderner Identitätspolitik“ hervorgehoben (Bechdorf 1999a, Geuen/Rappe 2003). Madonna

inszeniert Weiblichkeit dabei als „Metamaskerade“, deren zentrale Eigenschaft Wandelbarkeit bzw. Diskontinuität darstellt (Curry 1999).

### **(3.) Travestie bzw. cross-dressing**

Travestie bzw. cross-dressing sind in der Regel parodistische Praxen männlicher Musiker und fungieren häufig als ritualisiertes Spiel, in dem die Bedrohung der Verweiblichung heraufbeschworen und abgewehrt wird (Bechdolf 1999a, Bloss 1998). Die Strategien der Parodie, Maskerade oder Travestie stellen Geschlechtsidentität und Geschlechterrollen durch Überpointierung in Frage. Sie machen kulturelle Konstruktionsprozesse von Männlichkeit und Weiblichkeit durch die Dekonstruktion sichtbar.

### **(4.) Inszenierung gleichgeschlechtlichen Begehrens:**

Die Darstellungen sind laut Bechdolf (1999a) in der Regel nur selten direkt vermittelt, sondern bewegen sich auf der Ebene der Konnotationen von gleichgeschlechtlich orientierter Sexualität (z.B. Madonna *Justify My Love*).

### **(5.) Androgynie, Bi-Sexualität und utopische Indifferenzen (Bechdolf 1999a):**

Androgynie ist lange Zeit Privileg männlicher Bühnenperformance gewesen; seit den 1980er Jahren benutzen auch weibliche Musikerinnen androgyne Images (Bechdolf 1999a, Bloss 1998). Zur Androgynie zählen sexuelle Ambivalenz und Indifferenz (Bloss 1998). Die Strategie der Zweideutigkeit führt zu Irritation und Unsicherheit und stellt das Diktum der Heterosexualität in Frage. Bechdolf (1999), Funk-Hennigs (2003) und Mercer (1999) begreifen Androgynie, Bi-Sexualität und utopische Differenzen als Repräsentationsmöglichkeiten, die eine Geschlechterindifferenz bzw. -neutralität im Sinne von Judith Butler (1990) aufzeigen. Dadurch findet eine Durchbrechung bzw. Verwischung der Geschlechterdifferenz („gender bending“) statt. Die Inszenierung der Geschlechtsneutralität stellt aus Sicht der dekonstruktivistischen bzw. postmodernen Gender Studies die biologische Geschlechterdifferenz in Frage. Bloss (1998), Blume (1993) und Schmidbauer/Löhr (1996) hingegen bezweifeln die Möglichkeit der Verwischung der Geschlechterdifferenzen. Sie gehen stattdessen davon aus, dass das Phänomen der Androgynie konsequent auf dem Prinzip der Zweigeschlechtlichkeit basiert, der sexuellen Differenz zwischen Mann und Frau, dessen „Natürlichkeit“ es voraussetzt. Das Paradoxe der Androgynität liegt darin, dass es nur in Bezug auf das

vermeintlich Stabile abzuleiten ist. Blume (1993) zählt Androgynie zu den Extravaganzen der Superstarpräsentationen. Annie Lennox oder Grace Jones avancieren dabei nicht zu geschlechtsneutralen Künstlerinnen.

## **Überwindung männlicher Schaulust**

Konventionelle Darstellungen weiblicher Körperlichkeit, Gestik und Mimik porträtieren in der Regel den voyeuristischen männlichen Blick („male gaze“) und werden dadurch zu Projektionsflächen männlicher Begierde. Die Überwindung männlicher Schaulust bzw. verdinglichter weiblicher Körperpräsentation stellt im Gegensatz zur inhaltlichen Kritik der Geschlechterdifferenz ein größeres Problem dar. Eine Überwindung voyeuristischer Darstellungstereotype ist vor allem dadurch erschwert, dass weibliche Künstlerinnen darauf angewiesen sind, für ein größeres Publikum sichtbar zu sein (Bechdolf 1999a). Die korporalen Inszenierungen weiblicher Musikerinnen bewegen sich damit strukturell im Spannungsfeld von Sichtbarkeit und Verdinglichung bzw. Kontrolle weiblicher Sexualität. Blume (1993) sieht die Fokussierung des weiblichen Körpers dadurch verstärkt, da weibliche Starpräsentationen weitestgehend von der Tanz- und Gesangsrolle geprägt sind. Jedoch unterstützen korporale Weiblichkeitspräsentationen die konventionelle Vorstellung, dass die Frau den Erfolg über die Körperinszenierung erreiche (Blume 1993). Daraus resultiert ein, in Videoclips häufig ambivalentes Verhältnis von Inhalt und Formal-Ästhetik: Obwohl zahlreiche Weiblichkeitsdarstellungen sich auf der Ebene der Narration von konventionalisierten Repräsentationsweisen lösen, bleiben sie dennoch auf der Ebene der formal-ästhetischen Körperrepräsentation den Konventionen des voyeuristischen Blicks verhaftet (Blume 1998, Fiske 2000, Bechdolf 1999a). In der Musikvideoforschung wird daher die Frage, inwiefern sich männliche Schaulust überwinden lässt, kontrovers besprochen.

### ***(1.) Die psychoanalytisch-kulturkritische Perspektive von Kaplan (1987, 1988, 2002)...***

... setzt den voyeuristischen Blick in Bezug zu männlichem, sexuellen Verlangen und sucht nach Darstellungsweisen weiblicher Körper, die sich dem „male gaze“ entziehen. Nach Kaplan gelingt es kaum einem Videoclip, sich von der verdinglichenden Körperpräsentation zu lösen. Allenfalls im Kontext feministischer Videokunst würde dies gelingen. Nur in der Deformation, der Enthumanisierung oder der klaustrophoben

Inszenierung weiblicher Körper sieht Kaplan (2002) eine Überwindung tradiierter, fetischisierter Darstellungskonventionen. Seibel/Williams (2001a, 2001b) und Willis (1994) beschreiben Erwartungsbrüche männlicher Begierde im Videoclip. Kaplan (1987, 1988, 2002) hebt Videoclips hervor, in denen die Dekonstruktion des männlichen Blicks und der männlichen Begierde dargestellt wird. So stellt Tina Turner mit dem Videoclip *Private Dancer* die ästhetischen und politischen Strategien des Feminismus der 1970er Jahre in Frage. Anstelle einer expliziten feministischen Botschaft entlarvt der Videoclip die Position der Frau in der dominanten männlichen Vorstellung. Der Videoclip kreiert eine Meta-Zeichensprache, die zeigt, wie der Körper der Heldin benutzt und missbraucht wird.

## **(2.) Cultural Studies und Filmwissenschaften:**

Eine Reihe von AutorInnen sieht die Dominanz männlicher Blicke in Videoclips gebrochen. Anstelle eines monolithischen, weitestgehend männlichen Blicks, existieren für Bechdolf (1999a), Stockbridge (1990) und Turim (1996) eine Fülle von Blicken bzw. Zuschaueradressierungen mit unterschiedlichen Gender-Implicationen. In den Arbeiten der Cultural Studies werden die korporalen Inszenierungen in Musikvideos in Bezug zu ihrer kulturellen Bedeutung bzw. Funktion gesetzt. Dibben (1999), Fiske (2000), McRobbie (1994), Stockbridge (1990) und Turim (1996) stellen die Bedeutung der Körperinszenierung für die weibliche Adoleszenz und die weibliche Betrachterin in den Vordergrund. Dabei geht es um weibliches Vergnügen, Identifikation, Blick und Körperkontrolle. Lewis (1993), Stockbridge (1990) und Turim (1996) stellen die einseitige männliche Adressierung in Frage und weiten die Schaulust auf weibliche Betrachterinnen aus. Weibliches Verlangen kann durch Männerdarstellungen, Identifikation mit weiblichen Darstellungen kann durch auto-erotische Darstellungen repräsentiert werden. Die Filmwissenschaftlerin Turim (1996) betont die ambivalente Adressierung sexueller Frauendarstellungen. So oszilliere die Darstellung weiblicher Sexualität im Videoclip zwischen machtvoller und machtloser weiblicher Geste, d.h. zwischen Bestätigung autonomer Weiblichkeit (Identifikation weiblicher Betrachterinnen) und Unterwürfigkeit, sobald die sexuelle Geste einem männlichen Zuschauer dargeboten wird. Stockbridge (1990) und Turim (1996) heben neben der Identifikationsfunktion auch die Bedeutung von gleichgeschlechtlichem Verlangen in Videoclips hervor. Bechdolf (1999a) beschreibt den Prozess der Umkehrung der Konventionen visueller Verdinglichung in Videoclips, in denen

Männer Teil des „visuellen Spektakels“ sind. Eine solche „Attraktion der Umkehrung“ (Bechdorf) lässt sich laut Bechdorf (1999a), Blume (1998) und Stockbridge (1990) unter anderem bei Männerdarstellungen in Videoclips weiblicher Künstlerinnen und Videoclips von Boygroups, die vor allem jüngere Zuschauerinnen ansprechen, feststellen. Bechdorf (1997b, 1999), Lewis (1993) und Stockbridge (1990) sehen die Körperinszenierungen in Videoclips in der Tradition visueller Kultur und der Rockkultur, wobei Stockbridge (1990) die Körperinszenierung in Videoclip-Performances systematisch vom „male gaze“ des narrativen „spectacle“ im Film (Mulvey 1975) unterscheidet. Der „male gaze“ im Film erzeuge eine indirekte Adressierung des Betrachters, wohingegen musikalische Performances den/die TV-ZuschauerIn direkt adressieren. Rock- und Popstars sind nach Lewis (1993) und Stockbridge (1990) immer schon Subjekt und Objekt von Blicken: Der Körper männlicher Rockstars ist Objekt weiblichen Verlangens und die Gesichter der Rockstars sind immer schon wichtiger Teil der Starsinszenierung und Promotion. Die visuelle Hierarchisierung durch Kameraeinstellung, Perspektive und „Blickkonstruktion“ besitzt laut Bechdorf (1997b) Kontinuität in der Kultur des Musikfilms. Bei der Analyse und Interpretation von Körperpräsentationen in Videoclips ist aus Sicht des Jugendschutzes auf die Differenz zwischen Performance und Narration zu achten.

### ***(3.) Aus der Perspektive dekonstruktivistischer Gender Studies...***

... werden Weiblichkeitsdarstellungen in den Vordergrund gerückt, welche die Sichtweisen auf das „Weibliche“ in Frage stellen. Etablierte Konventionen der Kameraperspektive und des Bildausschnitts, die den weiblichen Körper als Fetisch präsentieren, werden überwunden; Schaulust kann ironisch-kritisch thematisiert und dabei zerstört werden; Voyeurismus kann selbstreflexiv zur Schau gestellt werden (Madonna). Nico (1990) bewertet ultra-sexistische Darstellungen als Kritik männlicher Schaulust.

## Bibliografie

Bechdorf, U. (1999a): *Puzzling Gender. Re- und Dekonstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen.* Weinheim. Deutscher Studienverlag-Verlag.

Bechdorf, U. (1997b): *Musik Videos Histories. Geschichte – Diskurs – Geschlecht.* In: Hackl, C./ Pommer, E./ Scherer, B. (Hg.): *Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien.* Konstanz. UVK Medien. S. 277-299.

Berger, J (1974): *Sehen: Das Bild der Welt in der Bilderwelt.* Reinbek. Rowohlt.

Bloss, M. (1998): *Geschlecht als musikkulturelle Performance? Androgyne Images von PopmusikerInnen und das Spiel mit der „sexuellen Differenz“.* In: Fragner, S. (Hg.): *Gender Studies & Musik. Geschlechterrollen und ihre Bedeutung für die Musikwissenschaft.* ConBrio. S. 189-203.

Blume, J. (1993): *Neue Ästhetik – Alter Sexismus? Frauenbilder in populären Musikvideoclips. Popularität vs. Eigensinn.* In: Hutschenreuter, H. (Hg.): *Feministische Streifzüge durchs Punkte-Universum. Medienkunst von Frauen.* Essen. Edition Filmwerkstatt. S. 93-109.

Brown, J. D./ Schulze, L. (1990): *The Effects of Race, Gender, and Fandom on Audience Interpretations of Madonna's Music Videos.* In: *Journal of Communication*, 40, 2, S. 88-102.

Butler, J. (1990): *Gender Trouble. Feminism and the Subversion of Identity.* London. Routledge.

Curry, R. (1999): *Madonna von Marilyn zu Marlene.: Pastiche oder Parodie?* In: Neumann-Braun, K. (Hg.): *Viva MTV! Popmusik im Fernsehen.* Frankfurt am Main. Suhrkamp. S. 175-204.

Dibben, N. (1999): *Representation of Femininity in Popular Music.* In: *Popular Music*, 18, 3, S. 331-355.

Fiske, J. (2000): *Lesarten des Populären.* Wien. Turia und Kant.

Funk-Hennigs, E. (2003): *Musikvideos im Alltag: Geschlechtsspezifische Darstellungsweisen.* In: Helms, D./ Phleps, T. (Hg.): *Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo.* Bielefeld. transcript verlag. S. 55-66.

Geuen, H./ Rappe, M. (2003): *Chromatische Identität und Mainstream der Subkulturen. Eine audiovisuelle Annäherung an das Stilphänomen Madonna am Beispiel des Songs „Music“.* In: Helms, D./ Phleps, T. (Hg.): *Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo.* Bielefeld. transcript verlag. S. 41-53.

- Goodwin, A. (1993b): Fatal Distraction: MTV Meets Postmodern Theory. In: Frith, S./ Goodwin, A./ Grossberg, L. (Hg.): Sound and Vision: The Music Video Reader. London. Routledge. S. 45-66.
- Hawkins, S. (1997): „I'll Never Be an Angel": Stories of Deception in Madonna's Music. In: Critical Musicology Journal; URL: <http://www.jstor.org/cgi-bin/jstor/logon?S1=cc99333c.11087234360&T=1&config=jstor> [am 16.02.2005].
- Kaplan, E. A. (2002): Feminismus und Postmoderne. MTV und alternative Videokunst von Frauen. In: Felix, J. (Hg.): Die Postmoderne im Kino. Marburg. Schüren. S. 200-211.
- Kaplan, E. A. (1988): Whose Imaginary? The Televisual Apparatus, the Female Body and Textual Strategies in Select Rock Videos on MTV. In: Pribram, E. D. (Hg.): Female Spectators. London; New York. Verso. S. 132-156.
- Kaplan, E. A. (1987): Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism and Consumer Culture. New York; London. Methuen. (auch London. Routledge).
- Lemish, D. (2003): Spice World: Constructing Femininity the Popular Way. In: Popular Music and Society, 26, 1, S. 17-31.
- Lewis, L. A. (1993): Being Discovered. The Emergence of Female Adress on MTV. In: Frith, S./ Goodwin, A./ Grossberg, L. (Hg.): Sound and Vision. The Music Video Reader. London; New York. Routledge. S. 129-152.
- Lewis, L. A. (1990): Gender Politics and MTV. Voicing the Differences. Philadelphia. Temple University Press.
- McClary, S. (1991): Feminine Endings. Music, Gender, and Sexuality. Minnesota; Oxford. University of Minnesota Press.
- McRobbie, A. (1994): Postmodernism and Popular Culture. London. Routledge.
- Mercer, K. (1999): Die Monster Metapher. Anmerkungen zu Michael Jacksons Video Thriller. In: Neumann-Braun, K. (Hg.): Viva MTV! Popmusik im Fernsehen. Frankfurt am Main. Suhrkamp. S. 205-229.
- Mulvey, L. (1975): Visual Pleasure and Narrative Cinema. In: Screen, 16, 3, S. 6-18.
- Nico, M. (1990): The Ultra-Sexist Image. Me So Horny. In: Meijer, J./ Tee, E. (Hg.): What a Wonderful World! Music Videos in Architecture. Groningen. S. 53-56.
- Nolte, A. (2004): And When the Angels Perform: Inszenierungsstrategien künstlerischer Professionalität in ausgewählten Videos der No Angels. In: Holtschoppen, F./ Linden, F./ Sinning, F. et al. (Hg.): Clips. Eine Collage. Münster. Lit.-Verlag. S. 13-34.

Reynolds, S./ Press, J. (1995): *The Sex Revolts: Gender, Rebellion and Rock 'n Roll*. London. Serpent's Tail.

Richard, B. (2003): Repräsentationsräume: Kleine Utopien und weibliche Fluchten. Grottesken in HipHop-Clips. In: Helms, D./ Phleps, T. (Hg.): *Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo*. Bielefeld. transcript verlag. S. 81-97.

Schmidbauer, M./ Löhr, P. (1996): Das Programm für Jugendliche: Musikvideos in MTV Europe und VIVA. In: *Television* 9, 2, S. 6-32.

Schwichtenberg, C. (1993) (Hg.): *The Madonna Connection. Representational Politics, Subcultural Identities, and Cultural Theory*. Boulder, CO; London. Westview Press.

Seibel, A./ Williams, K. (2001a): Das Unbehagen an der Girls-Kultur. Wonder Woman, Delinquent Dykes and Gothic Girls als Paradigmen feministischer Filmpraxis. In: Höller, C. (Hg.): *Pop Unlimited? Imagetransfers in der aktuellen Popkultur*. Wien. Turia und Kant. S. 43-54.

Seibel, A./ Williams, K. (2001b): Image-making, Post-Riot-Grrrrl: Interview mit der Videoregisseurin Jennifer Reeder. In: Höller, C. (Hg.): *Pop Unlimited? Imagetransfers in der aktuellen Popkultur*. Wien. Turia und Kant. S. 55-60.

Seidman, S. A. (1999): Revisiting Sex-Role Stereotyping in MTV Videos. In: *International Journal of Instructional Media*, 26, 1, S. 11-22.

Shelton, M. L. (1997): Can't Touch This! Representation of the African American Female Body in Urban Rap Videos. In: *Popular Music and Society*, 21, 3, S. 107-116.

Stockbridge, S. (1990): Rock Video: Pleasure and Resistance. In: Brown, M. E. (Hg.): *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*. London. Sage. S. 102-113.

Troka, D. (2002): You Heard My Gun Cock: Female Agency and the Aggression in Contemporary Rap Music. In: *African American Research Perspectives*, 8, 2, S. 82-102.

Turim, M. (1996): Gesang der Frauen, Gesten der Frauen. In: *Frauen und Film*, 58/59, S. 25-43.

Walser, R. (1994): Prince as Queer Poststructuralist. In: *Popular Music and Society*, 18, 2, S. 79-89.

Walser, R. (1993b): *Running with the Devil: Power, Gender, and Madness in Heavy-Metal Music*. Hannover, NH: Wesleyan University Press.

Willis, H. (1994): Bait and Switch – Ködern und Verdrehen. Musikvideos von (Schwindel-) Künstlerinnen. In: Hausheer, C./ Schönholzer, A. (Hg.): *Visueller Sound. Musikvideos zwischen Avantgarde und Populärkultur*. Luzern. Zyklop. S. 134-149.

Zellers, M. (1998): Die Verwegenen und die Schönen. MTV lässt Frauen alles zeigen. In: Baldauf, A./ Weingartner, K. (Hg.): Lips, Tits, Hits, Power? Popkultur und Feminismus. Wien; Bozen. Folio. S. 126-135.

*Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Photokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Rechteinhabers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme weiterverarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.*