

Die Projektionsfläche zerkratzen

Geschlechterbilder in Musikvideoclips

Von Sonja Eismann

Frauen als Heilige und Huren, als Superwoman, Bitches, schmückendes Accessoire und vor allem als halbnacktes Sexualobjekt aktiver Männer, solcherart Bilder bedienen in aktuellen Videoclips die klassischen Männerphantasien – mehr denn je. Die Krise der Musikindustrie ließ in den letzten Jahren zwar die Budgets der Clips sinken und das Genre droht nach nunmehr 30 Jahren an Bedeutung zu verlieren und immer mehr zu verflachen, doch noch flimmern die Clips mit ihren in der Regel reaktionären Geschlechterdarstellungen munter in unzähligen Kneipen, auf TV-Kanälen und Websites. Nur jenseits des Mainstreams finden sich vereinzelt Gegenbilder und subversive Bedeutungsangebote für neue Geschlechter-Codes.

Eines dürfte auch bei der naivsten Betrachtungsweise klar werden: Musikvideos bilden Geschlechterrollen nicht nur ab, sie stellen sie auch wesentlich mit her. Im Sinne eines „Doing Gender“, also der performativen Aufführung des sozialen Geschlechts, werden hier die Bilder von Geschlechtlichkeit immer wieder neu konstruiert. Während sich Pop schon von Anbeginn an über das Prinzip des Begehrens, das durch Körperlichkeit und Sexualität abgebildet wird, verkauft hat, ist besonders in den letzten Jahren ein Trend zur Übersexualisierung zu beobachten, der sich stark an die Mechanismen von Pornographie anlehnt.

Schon 1992 stellte Naomi Wolf in ihrem feministischen Klassiker „The Beauty Myth“ fest, dass Filme, Fernsehen und Zeitschriften unter Zugzwang geraten seien, mit der Pornographie zu konkurrieren, die zur größten und umsatzstärksten Medienkategorie angewachsen sei. Auch Ariel Levy bemerkt in ihrer Untersuchung „Female Chauvinist Pigs. Women and the Rise of Raunch Culture“, dass Frauen gezwungen seien, sich mit der steten „Pornoisierung“ auseinander zu setzen – sie könnten nur noch zwischen den Optionen wählen, sich selbst zum Sexobjekt zu machen oder sich, wie die Männer, am Sexobjekt Frau gleichzeitig zu delectieren und sich darüber lustig zu machen. In der Folge des kapitalistischen Imperativs der dauernden Selbstverbesserung sind in Videos somit hauptsächlich „perfekte“, warenförmige Körper zu sehen, die das Produkt Musik mit glatten Oberflächen bebildern. Daneben gibt es jedoch auch immer wieder kleinere Produktionen, die diese normative Ästhetik mit alternativen bis subversiven Geschlechterrollen durchque(e)ren.

Sexexploitation mit warenförmigen Körpern

Es ist unter PophistorikerInnen ein oft gehörter Seufzer, dass heute androgyne bis „geschlechterverdrehte“ Stars der 1980er Jahre wie **Grace Jones**, **Prince** (in seinen frühen Jahren) und **Boy George** keine Stars mehr sein könnten. Dass **Grace Jones** wie ein nicht einzuordnendes Zwitterwesen von einem anderen Planeten erschien, **Boy George** seine schwule Identität nicht explizit manifestieren musste und **Prince** in **I Would Die 4 U** die verwirrenden Zeilen *"I'm not a woman, I'm not a man / I am something that you'll never understand"* sang, ja, dass sogar Macho-Rocker wie **Mötley Crüe** bis zum Anschlag geschminkt und toupiert waren, erscheint in Zeiten einbetonierter Geschlechterrollen im Mainstream wie ein utopischer Zufall. Während damals – scheinbar – noch ein größerer Zwischenraum des Zweifels genutzt werden konnte, strebt heute alles in Richtung einer größeren Warenförmigkeit und damit auch einer größeren Eindeutigkeit der Geschlechterrollen. Das Spiel mit den Ambivalenzen, das Pop angeblich ausmacht, verkauft sich letztlich eben doch nicht so gut.

Wie sehr sich die ästhetischen Geschlechter-Codes in der kurzen Geschichte des Musikvideos bereits verändert haben, lässt sich exemplarisch an einer Video-Compilation der amerikanischen R'n'B-Sängerin **Brandy** ablesen: Während Brandy im Opener der DVD, dem Clip zum 1995 veröffentlichten Track **Baby**, die meiste Zeit in voluminösen, hochgeschlossenen Winterklamotten durch die Gegend springt, trägt sie im letzten Video, **U Don't Know Me (Like U Used To)**, das drei Jahre später produziert wurde,

ein den Oberkörper nur umspielendes, betont suggestives Lederensemble. Im Video der 2007 erschienenen Single **What Is She 2 U** ist die erotische Sexploitation-Ästhetik mit schwitzigem Südstaaten-Setting, am Körper der Performerin hinaufgleitenden Kamerafahrten und angedeuteten Striptease-Moves an Stangen und Zäunen auf die Spitze getrieben – ohne dass das Video in irgendeiner Weise aus dem Kanon der mittlerweile gängigen Bilderkonventionen des Genres ausbrechen würde. Denn dass R'n'B-Sängerinnen heute in bis an die Taille hochgezogenen, baggy Jeans zu Kapuzenjacken performen, wie **Brandy** in **Best Friend** (1995), ist nicht einmal mehr vorstellbar.

Den Standard setzen vielmehr die – eigentlich für junge Mädchen konzipierten – Girl Groups wie die **Pussycat Dolls**, die ganz offensichtlich vornehmlich mit Augenmerk auf ihre Normkörper zusammen gecastet wurden und die in Interviews schon mal bemerken, sexy zu sein, sei nun mal ihr Job. Das Video **Buttons** (2006) der **Dolls** ist beispielhaft für diese neue Ausrichtung, da die Bewegungen und Gesten, die die sechs langhaarigen Frauen hier ausführen, dem Repertoire eines Striptease' bzw. eines Erotikclips entnommen zu sein scheinen: wiegende Hüften, geschütteltes Haar, Props wie Stühle und Stangen sowie vom Leib gerissene Kleidung. Selbstredend, dass der fast amorphen Masse an verblüffend ähnlichen, kaum bekleideten Frauenkörpern nur ein einzelner, vollständig bekleideter Mann, der Rapper **Snoop Dogg**, gegenübersteht, von dem meist das (verhüllte) Gesicht im Close-up zu sehen ist.

Macho Men und sexy Bitches

Als überraschendes Gegenbeispiel hierzu kann übrigens das Video zu **All the Things She Said** (2003) des russischen Duos **t.A.T.u.** gelesen werden, das mit seinen zwei pseudolesbischen Mitgliedern angeblich für ein pädophiles Publikum erdacht wurde. Der Clip, der die zwei jungen Mädchen beim gemeinsamen Ausbruch aus einer Erziehungsanstalt zeigt, hat trotz des Einsatzes von sexy Schulmädchenuniformen und regendurchtränkten weißen Oberteilen durch die ausschließliche Betonung der innigen Freundschaft (und auch Liebe) zwischen den beiden Mädchen in einer feindlich gesinnten Gesellschaft ein ermächtigendes Potenzial. Selten wird nämlich Solidarität und Zuneigung zwischen Frauen so ausführlich und positiv gezeigt.

In **Christina Aguilera's** Video zu **Dirrty** (2002) sowie **Britney Spears' Slave 4 U** (2001) geht es dagegen vornehmlich um die Übertrumpfung der Rivalinnen durch körperliche Reize – nicht umsonst wurde damals in der Presse gescherzt, diese beiden Clips stellten den Kampf zwischen den beiden Konkurrentinnen dar, wie spärlich bekleidet Sängerinnen jeweils sein könnten ohne technisch gesehen nackt zu sein. Hier werden quasi-pornographische Codes eingesetzt, da beide Sängerinnen in extrem knappen Outfits und mit Schweißfilmen überzogen sexuell konnotierte Bewegungen ausführen. Dabei sind allerdings teilweise auch halbnackte, gesichtslose Männerkörper im Bild, die weiter zur pornographischen, orgiastischen Atmosphäre dieser Videos beitragen.

Während die Darstellung einer unerreichbaren Glamour-Welt aus Reichtum und elegantem Lifestyle als Projektionsfläche für unerfüllte Sehnsüchte dienen kann, werden besonders an junge Mädchen unrealistische Anforderungen in puncto Aussehen und Sexiness gestellt: Frauen reüssieren in diesen Video-Narrativen primär über ihr makellofes Äußeres, wohingegen bei Männern viel deutlicher ihre (musikalischen) Skills herausgestellt werden. Nur bei Boygroups wird die Körperlichkeit in ähnlicher Weise auch bei Männern angefragt, aber auch hier treten die Fähigkeiten als Tänzer und die physische Präsenz der durchtrainierten Körper in den Vordergrund und nicht so sehr die rein dekorativen Aspekte. Das Genre, das immer wieder für seine rigiden, regressiven Geschlechterdarstellungen gescholten wird, bleibt jedoch der Gangsta-Rap bzw. auch der ganz reguläre HipHop. Birgit Richard schreibt in ihrer Untersuchung zu den Repräsentationsräumen im HipHop-Clip, „*die Frauen in den Videos [sind] als stigmatisierte ‚bitches‘ fast textillos, während die Männer unter Kamera-Untersicht bildschirmfüllende Masse demonstrieren, mit voluminöser Kleidung oder großem Körperumfang (Big Punisher, Notorious B.I.G.)*.“ Deutlich wird das zum Beispiel im Video **P.I.M.P.** von **50 Cent** (2003), in dem das Ghetto-Traubild des schwarzen Zuhälters, der in seiner Villa von halbnackten Frauen mit pornotauglichen Figuren umschmeichelt wird, bis zum Exzess gezeichnet wird. Die Frauen werden wie im Genre üblich zerstückelt nach sexuell konnotierten Körperteilen und als erniedrigte Objekte gezeigt (an einer Stelle führt eine Frau zwei andere an einer Leine durch den Garten), die Männer gehen derweil teuer und

übertrieben gekleidet ihren (illegalen) Geschäften nach. Allerdings gibt es, zumindest in der Remix-Version von **Snoop Dogg**, auch Raum für Selbstironie. **50 Cent** wird dem Kreis der etablierten Zuhälter zur Neuaufnahme vorgeführt und **Snoop** als Vorsitzender fragt, mit bewusst lächerlichem Sprachfehler und schrecklichem Outfit plus Dauerwelle: „*Now this player right here is different. He don't drive a Cadillac. He don't got a perm. Why should we let you in the Pimp Legion of Doom?*“

Die Ironie der deutschen “Gossen-Rapper”, die sich bemühen, amerikanische Gangsta-Attitüde zu kopieren, richtet sich dagegen, falls sie überhaupt vorhanden ist, ausschließlich gegen andere. Im Video zum Überraschungs-Erfolg von Maskenmann **Sido**, **Mein Block** (2004), werden die BewohnerInnen des Wohnblocks im Berliner Märkischen Viertel latent lächerlich gemacht, ohne dass sich der Künstler selbst mit einrechnet. Frauen kommen nur als pornografisch dargestellte Randfiguren vor, während sie beim gleich betitelten Antwort-Track von **Sidos** Konkurrenten **Azad** in einem Meer offensichtlich gewaltbereiter junger Männer gleich völlig fehlen.

Cellulite-Pos und schiefe Zähne

Ob allerdings ein Video wie das der türkischstämmigen Bremerin **Lady Bitch Ray**, deren Motto „Vagina Style - Pussy deluxe“ ist, eine probate Gegenstrategie darstellt, bleibt fraglich. Im Clip zu **Du bist krank** mit seinen absichtlich vulgären Lyrics inszeniert sich die medienwirksame Rapperin als Frau Doktorin im knappen Outfit, die einen Patienten sexuell heilt und dafür ihre eigenen körperlichen Reize einsetzt. Die Kamera fährt dabei immer wieder in ihr Dekollete und zoomt auf ihren Hintern in Hotpants, so dass die übliche heterosexistische Porno-Ästhetik nicht durchbrochen, sondern eher perpetuiert wird. Die unter dem Video auf der Website www.youtube.com eingestellten Kommentare zeigen jedoch, dass hier scheinbar ein Tabu gebrochen wurde, denn viele User empören sich in unflätigster Weise über die „*hässlige nutte*“, die eine „*blamace für türken und mosleems*“ sei.

Es gibt jedoch auch eine berühmte Parodie auf die Konventionen des Gangsta-Videos: den Clip **Windowlicker** (1999) des britischen Elektronikers **Aphex Twin**, bei dem der für seine abgründigen Einfälle bekannte Chris Cunningham Regie führte. Hier werden alle Codes durch den Kakao gezogen bzw. so umgedreht, dass sie durch ihre Verfremdung eine ganz neue Wirkungsmacht gewinnen. Tanzende Schönheiten entpuppen sich auf einmal als bärtige, entstellte Zwitterwesen mit schiefen Zähnen und grotesken Zöpfen, die statt strammer Schenkel auf einmal Cellulite-befallene Pos schwenken und so die erotische Projektionsfläche ordentlich zerkratzen. In einem weniger bekannten Video, das J.D. Samson von der Band **Le Tigre** für die Musikerin **Peaches** gedreht hat (**I'm the Kinda**, 2003), persifliert **Peaches** mit übertriebenen, pseudo-sexy Bewegungen in einem kargen, unglamourösen Hinterhof-Ambiente die Hochglanz-Erotik von R'n'B-Videos und führt damit ein ganzes Genre ad absurdum. **Peaches** zeichnet noch für ein weiteres Video verantwortlich, das die Geschlechterrollen so sehr verdreht, dass es scheinbar als zu obszön gilt, um auf Youtube für unter 18-jährige zugänglich zu sein – dabei geht es um so etwas Harmloses wie Körperbehaarung. In **Set It Off** (2002) dreht sich nämlich in erster Linie alles darum, wie der Musikerin, gekleidet in sexy pinke Hotpants und BH, unter den Armen, im Schambereich und auf dem Kopf immer mehr Haare wachsen. Diese „Wucherungen“ erschienen in der glatten Oberflächenkultur der Musikclips anscheinend als so subversiv, dass das Video von einigen amerikanischen Stationen nicht ausgestrahlt wurde.

Es gibt also auch Widerstand gegen die häufig rückschrittlichen Geschlechtermodelle, die in den meisten Videos angeboten werden – auch der Erfolg der Band **The Gossip** mit ihrer dicken, offen lesbischen Sängerin **Beth Ditto**, die in ihren Videos ihre Körperfülle stolz präsentiert, beweist dies. Zumeist sind die alternativen Bilder aber weit abseits vom Mainstream zu suchen – und nur selten mittendrin, wie das in den 1980ern, als das Genre Clip weniger formatiert war, noch der Fall sein konnte. Ob die Krise des Musikfernsehens, das ja mittlerweile hauptsächlich als Abspielstation für Klingeltonwerbung u.ä. fungiert, die Experimentierfreude und Offenheit in puncto Gender befeuern oder eher lähmen wird, bleibt abzuwarten – und bietet sicher Stoff für weitere Untersuchungen.

Sonja Eismann –lebt als freie Journalistin in Berlin und Wien. Sie ist Mitbegründerin der Zeitschrift **NYLON. KUNSTSTOFF ZU FEMINISMUS UND POPKULTUR** und war von 2002 bis 2007 Redakteurin

des Kölner Popkulturmagazins INTRO. Im Herbst 2007 erschien die von ihr herausgegebene Anthologie "Hot Topic. Popfeminismus heute"