
BACHELORARBEIT

Frau
Jane Sommer

**Die Repräsentation der Frau
im Musikvideo**

2017

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Die Repräsentation der Frau im Musikvideo

Autorin:
Frau Jane Sommer

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM14wM3-B

Erstprüfer:
Prof. Hermann Mayer

Zweitprüfer:
Dipl.-Des. Beate Pfeiffer

Einreichung:
München, 3. August 2017

BACHELOR THESIS

The depiction of women in musicvideos

author:

Ms. Jane Sommer

course of studies:

Applied Media Economics

seminar group:

AM14wM3-B

first examiner:

Prof. Hermann Mayer

second examiner:

Dipl.-Des. Beate Pfeiffer

submission:

Ort, Datum 03 August 2017

Bibliografische Angaben

Sommer, Jane:

Die Repräsentation der Frau im Musikvideo

The depiction of women in musicvideos

52 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

In der vorliegenden Arbeit wird die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im Musikvideo analytisch an ausgewählten Beispielen untersucht und einander gegenübergestellt. Diese wissenschaftliche Arbeit betrachtet und vergleicht die unterschiedlichen Darstellungsmöglichkeiten und legt den Schwerpunkt hierbei auf die Rollenverteilung und deren Auswirkung auf den, überwiegend, jungen Rezipienten.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VI
1 Einleitung.....	1
1.1 Definition des Musikvideos.....	1
1.1.1 Die spätere Entwicklung des Musikclips.....	3
1.1.2 Die kommerzielle Nutzung des medialen Effekts in der Gegenwart am Beispiel Justin Bieber	4
2 Die Repräsentation der Geschlechterrollen im Musikclip	8
2.1 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts, insbesondere im Rap- Musikclip	8
2.1.1 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im Rap- Musikclip als autonomes und selbstbestimmt agierendes Wesen am Beispiel SXTN: „Die Ftzn sind wieder da“	9
2.1.2 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im R&B- Musikclip als williges Objekt am Beispiel Jason Derulo (feat. Nicki Minaj & Ty Dolla \$ign): „Swalla“	14
2.1.3 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im Pop-Musikclip als vielschichtige weibliche Provokation am Beispiel Lady Gaga: „Perfect Illusion“	23
2.1.4 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im deutschen Pop-Musikclip als Objekt am Beispiel Bibi H: „How it is (wap bap ...)“.....	29
2.1.5 Die Repräsentation des Androgynen im Pop-Musikclip als Objekt am Beispiel Conchita Wurst: „Colours Of Your Love“	36
2.1.6 Fazit aus den Analysen der fünf verschiedenen Repräsentationsweisen der Frau im Musikvideo	44
3 Weiterführende Gedanken: Welche Auswirkungen hat das klassische Frauenbild in den Medien?	47
4 Schlussbetrachtung.....	51
Literaturverzeichnis	XI
Eigenständigkeitserklärung	XVI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "What Do You Mean?" von Justin Bieber (0:01)	2
Abbildung 2: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "What Do You Mean?" von Justin Bieber (1:26)	4
Abbildung 3: Screenshot aus dem Werbevideo für Calvin Klein (0:20)	5
Abbildung 4: zeigt das AIDA Modell und beschreibt die Wirkungsweise von erfolgreicher Werbung in schematischer Darstellungsform.....	7
Abbildung 5: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Die Ftzn sind wieder da" zeigt SXTN in sexy Kleidung, jedoch männlich gestikulierend (1:16).....	12
Abbildung 6: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" von Jason Derulo zeigt den Konsum von Genussmitteln innerhalb der knallig bunt filmisch inszenierten Welt (1:56)	15
Abbildung 7: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" zeigt die Backgroundtänzerinnen syn-chron in Richtung des Künstlers krabbeln (0:38)	19
Abbildung 8: Zusammenschnitt aus fünf ausgewählten Screenshots des Musikvideos zum Song "Swalla"	19
Abbildung 9: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" zeigt die künstlerische Art, die orale Zone der besungenen Frauen zu betonen (1:22)55	20
Abbildung 10: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" zeigt die offene und freimütige, jedoch ästhetische Art, die weiblichen Reize zu präsentieren. Ty Dolla \$ign weist sogar mit der Hand auf sein be-gehrtes Objekt, während sie sich dieser Aufmerksamkeit offen darbietet. (1:19).....	21
Abbildung 11: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Perfect Illusion" zeigt Lady Gaga wenig „lady-like“ (0:21)	25
Abbildung 12: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Perfect Illusion" zeigt Lady Gaga in leicht abge-ändertem Outfit. (2:08).....	25
Abbildung 13: zeigt das CD-Cover ⁷¹ der Single "Perfect Illusion" und stellt die Sängerin optisch tendenziell eher maskulin, androgyn, wild und rebellisch dar	28
Abbildung 14: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“ von Bibi H zeigt das charakteristische Grinsen (2:05).....	33
Abbildung 15: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“ von Bibi H zeigt sie in einem ihrer stilbewussten Outfits (2:05).....	34
Abbildung 16: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“ von Bibi H zeigt sie bei betont sinnfreien Aktionen (1:07)	35
Abbildung 17: Optischer Vergleich zwischen Conchita Wurst(links) ⁹² und der deutschen Olivia Jo-nes (rechts)	36
Abbildung 18: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „Colours Of Your Love“ (1:22) von Conchita Wurst bildet die Kombination aus weiblichen mit männlichen Ausdrucksmitteln.....	39
Abbildung 19: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „Colours Of Your Love“ (0:41) von Conchita Wurst zeigt das Männerbild, welches vermittelt wird.....	41

1 Einleitung

Musikvideos fassen das Ausdrucksstärkste, was ein Regisseur aus einem einzigen Song filtern kann, in durchschnittlich etwa drei Minuten zusammen.

„Drei Minuten etwas zu sagen, zu singen, zu sein. Da muss man schneiden, schnell und in groben Umrissen. Popkultur ist Clip Culture. [...] schließlich schneiden die Produzenten ja, um gut abzuschneiden – in den Charts und den Bilanzen.“¹

Außerdem bilden sie einen wichtigen Orientierungspunkt für die Entwicklung junger Menschen. Inwiefern sich vor allem die Zurschaustellung verschiedener Rollenbilder und Geschlechterdifferenzen auf die entsprechenden Erwartungshaltungen und Ideale in den Köpfen der Generation „digital natives“ auswirkt, soll in dieser Arbeit genauer behandelt werden. Es geht also um die Beeinflussung der, in das aktuelle Jahrhundert hereingeborenen, Generation, welche mit den digitalen Technologien aufgewachsen ist.² Diese sind an die permanente mediale Beschallung gewöhnt und unterliegen somit einem internationaleren Einfluss als noch deren Elterngeneration. Diese wurde schließlich während der Jugend eher vom direkten, lokal verfügbaren, Umfeld geprägt und zeichnet sich dadurch durch ein konservativeres Weltbild aus. Doch haben sich die Ideale in Sachen Geschlechterdifferenzen und Rollenverteilung in diesem Zusammenhang tatsächlich verändert oder liegt der Wandel lediglich in der medialen Reproduktion eines ähnlichen, bis sogar identischen Bildes der Geschlechter- und Machtverhältnisse? Bevor nach einer Antwort auf diese Frage gesucht wird, steigt die Verfasserin mit Grundsätzlichem zum Thema Musikvideos ein. Nachfolgend sollen Analysen von sehr ungleichartigen Clips die Bandbreite der Möglichkeiten aufzeigen, in welcher Art und Weise die Weiblichkeit differenziert inszeniert werden kann. Weiterführende Gedanken inklusive eines Fazits sollen schlussendlich einen Ausblick geben.

1.1 Definition des Musikvideos

Für den Begriff des Musikvideos gibt es keine allumfassend geltende Definition mit der Berechtigung, den Anspruch auf Merkmale zu erheben, welche zwangsläufig auf jedes Musikvideo zutreffen müssen. Um sich dem Begriff Musikvideo wissenschaftlich zu nähern, lassen sich jedoch einige Merkmale konstatieren,

¹ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 7.

² Vgl. <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/digital-native> (geöffnet am 31.07.2017)

welche häufig vom besagten Filmgenre erfüllt werden. So handelt es sich hierbei meist um einen Kurz- oder Promotionsfilm, welcher der Länge des verfilmten Songs entspricht. In diesem Zusammenhang dienen sie meist zur Bewerbung von Künstler und Regisseur, falls der Name des letzteren im Abspann oder in der filmischen Anfangssequenz erscheint. Dies ist beispielsweise im besonders erfolgreichen Musikvideo zum Song „What Do You Mean?“ des Popsängers Justin Bieber der Fall. Hierbei erscheint der Name des US-amerikanischen Regisseurs Brad Furman direkt in der kurzen Spielhandlung vor dem Song.



Abbildung 1: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "What Do You Mean?" von Justin Bieber (0:01)³

„Aus dem jungen Genre, welches zunächst eine reine Werbemaßnahme, ähnlich dem Trailer beim Kinofilm, war, entwickelte sich im Laufe der Jahre zunehmend ein visuell eigenständiges Medium, welches gleichwohl mit dem zugehörigen Musikstück auf das Engste verwoben bleibt.“⁴

Die meisten Musikvideos sind außerdem gekennzeichnet durch das Auftreten der Akteure oder Musiker an unterschiedlichen Drehorten beziehungsweise Locations und durch eine sehr kurze Schnittfolge⁵.

„Das Schneiden macht den kleinen Unterschied riesig groß. Hier hat populäre Musik schon immer gern nach dem (Über-)Maß des inneren Auges geschnitten. Doch keine Popkultur hat die Differenzen bisher so grob vereinfacht wie HipHop. Überdeutlich machen Rapper, dass immer, wenn es um den kleinen Unterschied geht, tatsächlich die feinen (oder weniger feinen) Unterschiede gemeint sind. Es geht um Herrschaft – manchmal, aber selten auch um „Frauschaft“.⁶

³ https://www.youtube.com/watch?v=DK_0jXPulr0 (geöffnet am 30.06.2017)

⁴ Mallon, Frieder (o.A.), Die Kategorien Musik- und Videoclip, <https://www.vifi-hanau.de/app/download/5799619003/Die+Kategorien+Musik-++Videoclip.pdf> (geöffnet am 01.07.2017), S. 1.

⁵ Vgl. ebd.

⁶ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 7ff.

Genau diese differenzierte und vielfältige Darstellung der Geschlechter soll in der vorliegenden Arbeit genretypisch analysiert und hervorgehoben werden. Schließlich existiert die Frau in ihrer aktiven wie auch passiven Medienpräsenz sowohl als Objekt als auch als selbstbestimmt und autonom handelndes bis sogar dominierendes Subjekt. Dies soll in den folgenden Kapiteln an möglichst aktuellen Beispielen näher beleuchtet werden.

1.1.1 Die spätere Entwicklung des Musikclips

Anhand der Beispiele soll außerdem das allgemein oft unterschätzte Potential des Musikvideos hervorgehoben werden, entgegen Aussagen wie: „Der Höhepunkt des Videobooms ist vorbei.“⁷, welche von 1994 stammt und den Boom von Musikclips, welchen die steigende Beliebtheit von Plattformen wie YouTube auslöste, noch nicht voraussah. Zwar wurde nach und nach immer weniger Sendezeit der Musiksender MTV und Viva für Musikvideos und Clipchartsendungen eingeräumt⁸, was auf den langsamen Niedergang des Genres hindeutete, jedoch erlebten sie mit der deutlichen Verlagerung der Mediennutzung, vor allem von jungen Menschen, vom TV- in Richtung Internet- und Streamingdienste einen großen Aufschwung. Einen Beweis für die große Reichweite von Musikvideos in der Gegenwart liefert der, nun bereits fünf Jahre alte, Clip "Gangnam Style" des Südkoreaners Psy mit aktuell rund 2,9 Milliarden Aufrufen⁹. Er gilt seitdem als das bisher ungeschlagen populärste Video im World Wide Web. Dies sprengt immerhin die Reichweite der, damals auf MTV oder Viva gesendeten, Videos auf nationalem Raum. Unter 57 Videos, welche es geschafft haben, die Milliarden-grenze an Klicks auf der Videoplattform YouTube zu erreichen, zählen nur drei nicht zum Genre des Musikvideos.¹⁰ Diese Tatsache untermauert den Trend des erneuten Aufschwunges von Musikclips im Zuge der Digitalisierung. Das kommerzielle Potential von Musikvideos bietet mehr, als nur Eigenwerbung für den Künstler und bleibt größtenteils ungenutzt. Die Verfasserin hält Produktplatzierungen aufgrund der beschriebenen großen Reichweite für effektiv.

⁷ Rudi Dolezal, Videoclipregisseur, 1994 In: Keazor, Henry (2005). Video thrills the Radio Star. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 9.

⁸ Vgl. Keazor, Henry (2005). Video thrills the Radio Star. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 11.

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> (geöffnet am 01.07.2017)

¹⁰ Vgl. <http://www.rp-online.de/digitales/internet/top-30-die-meistgeklickten-youtube-videos-aller-zeiten-aid-1.5995321> (geöffnet am 01.07.2017)

1.1.2 Die kommerzielle Nutzung des medialen Effekts in der Gegenwart am Beispiel Justin Bieber

In diesem Zusammenhang nehmen Musikvideos einen großen Einfluss auf das Bild der Geschlechterrollen insbesondere in den Köpfen der Jugend. Künstler nutzen das Medium zur Selbstdarstellung aufgrund des Vorteils, dass sie „[so auch mehr und differenziertere Mittel als bei einem Auftritt in der Hand haben, um sich gegenüber den Fans zu stilisieren, sie durch scheinbare Öffnung und Nähe Anteil nehmen zu lassen.]“¹¹. In diesem Zusammenhang löste Justin Bieber durch die Selbstdarstellung in Calvin Klein (CK) Unterwäsche einen riesigen Hype des Modelabels aus, welcher weit über die Fans des Popsängers hinausreicht. Nicht nur seine, größtenteils weiblichen, Fans, sondern auch deren männliche Altersgenossen können sich seit diesem Zeitpunkt mit der Marke identifizieren.



Abbildung 2: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "What Do You Mean?" von Justin Bieber (1:26)¹²

Justin Bieber trägt mit der exklusiven wiederholten Produktplatzierung von CK-Unterwäsche erstmals in seinem Musikvideo zum Song „What Do You Mean?“ zum Branding der Marke bei und macht sie auch für junge Kunden wieder salonfähig. Immerhin existiert diese schon seit fast 50 Jahren¹³ und will sich nicht nur der älteren Generation widmen. Eine weitere aufwendige Kampagne¹⁴, welche Justin Bieber zum wohl bekanntesten Testimonial der Bekleidungsmarke

¹¹ Vgl. Keazor, Henry (2005). Video thrills the Radio Star. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 65.

¹² https://www.youtube.com/watch?v=DK_0jXPulr0 (geöffnet am 01.07.2017)

¹³ Vgl. http://explore.calvinklein.com/en_US/corporate (geöffnet am 01.07.2017)

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=K0t-aBAYym8> (geöffnet am 01.07.2017)

machte, erzielte erneute riesige Ertragssteigerungen. In dieser wurde die Frühlingskollektion 2015, also des Erscheinungsjahres vom besagten Musikvideo, mit Justin Bieber und Topmodel Lara Stone in einem Clip beworben.



Abbildung 3: Screenshot aus dem Werbevideo für Calvin Klein (0:20)¹⁵

In diesem tritt der Popstar in seiner Musikerrolle als Schlagzeuger auf und erobert in seiner Unterwäsche von Calvin Klein das aktuell zehn Jahre ältere Supermodel. Anzumerken sei hierbei, dass das Model in die Rolle des begehrten Objekts schlüpft und Justin Bieber in die des erfolgreichen, talentierten Mannes, welcher sich seine Partnerin auswählt und dabei sein Ziel erreicht. Die Rollenverteilung in der wirkungsstarken Werbung fällt somit immer noch traditionell aus. Eher unkonventionell scheint jedoch das Altersgefälle zwischen dem inszenierten Paar. Aus der Videobeschreibung geht unter anderem hervor, dass sich Justin Bieber mit der Marke schon seit Jahren identifiziert und so Mode und Musik symbiotisch zusammengeführt werden: „Justin and Lara wear key jeans styles of the season, furthering the iconic brands' longstanding legacy of bringing fashion and music together.“¹⁶. Calvin Klein gilt nun aktuell als eine der beliebtesten Marken für die Unterwäsche Bekleidung junger Konsumenten. Dies geht unter anderem in einer Facebook-Umfrage aus dem Jahr 2016 hervor, welche sich an deutsche Männer bezüglich deren Lieblingsmarke für Unterwäsche richtet. Auf Platz eins¹⁷

¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=K0t-aBAYm8> (geöffnet am 01.07.2017)

¹⁶ Ebd.

¹⁷ Vgl. <http://www.dessous-diary.com/die-zehn-besten-unterwaeschemarken-fuer-maenner/> (geöffnet am 01.07.2017)

rankt das Label Calvin Klein. Dies bekräftigt die These der starken Medienwirkung von populären Musikvideos in Kopplung mit exklusiv ausgewählt und bildgewaltig präsentierten Produktplatzierungen, wie der ikonische Markenname auf Justins Gürtellinie.¹⁸

Einen ebenfalls großen Marktanteil nimmt das Label „Victoria’s Secret“ ein, welches jedoch ausschließlich Damenmode und insbesondere Damenwäsche vertreibt. Trotz oder gerade wegen der, überwiegend weiblichen, Zielgruppe, startet nun auch Victoria’s Secret einige große Werbekampagnen mit Justin Bieber. Der neue Song „2U“¹⁹ von David Guetta und Justin Bieber wird im Juni dieses Jahres in Form eines „Lip Syncs“²⁰ der berühmten Models, welche sich hauptsächlich im Zuge der Victoria Secret Fashion Show in den Medien zeigen, zu einem Musikvideo verarbeitet. In dieser Kombination aus Biebers Musik mit Bildern von schönen Frauen spricht die Lingerie-Marke sowohl weibliches, als auch männliches Publikum und somit Kunden an. Ausschnitte dieses Musikvideos wurden sowohl auf dem Instagram-Kanal des Sängers, als auch auf dem des Labels zusätzlich hochgeladen und somit promotet. In diesem Zusammenhang verfolgt das Musikvideo ausschließlich Werbebezüge für die Wäsche von Victoria’s Secret und die beiden Musiker. Die Frau wird durchweg als begehrenswertes und von Bieber besungenes Objekt dargestellt. In dieser Rolle zeigen sich sowohl die Models von Victoria’s Secret als auch Lara Stone sehr glücklich und zufrieden mit der inszenierten Aufmerksamkeit von Justin Bieber. Infolgedessen wird bei der weiblichen Zuschauerin der Wunsch hervorgerufen, eben deren Platz einzunehmen.

Gemäß dem AIDA-Prinzip scheint nun der einzige Weg, dem in der Praxis möglichst nahe zu kommen, darin zu bestehen, die beworbene Unterwäsche zu kaufen und zu tragen und damit potentielle Kunden zu gewinnen. Durch diese Konsumenten-Aktion scheint das Werbeziel somit erreicht.

¹⁸ Siehe Abbildung 2

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=N5ohLjqd6AM> (geöffnet am 01.07.2017)

²⁰ „Lip Sync“ bedeutet, die Lippen synchron zu einem aufgezeichneten Lied zu bewegen. Vgl. <http://www.thefreedictionary.com/lip-sync> (geöffnet am 01.07.2017)

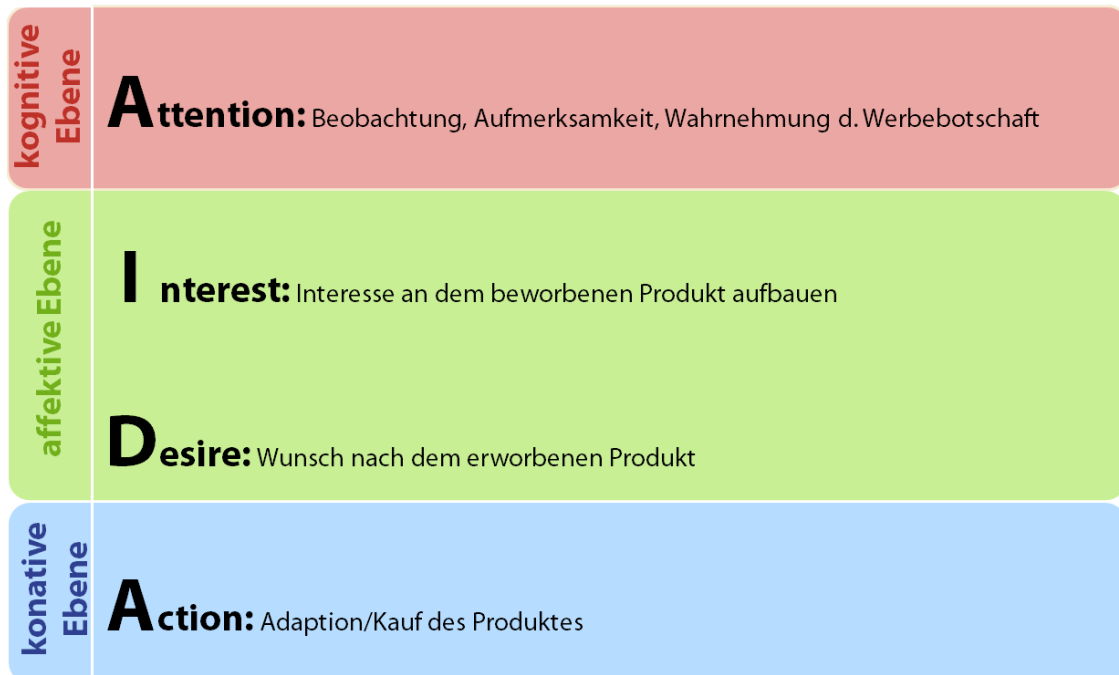


Abbildung 4: zeigt das AIDA Modell und beschreibt die Wirkungsweise von erfolgreicher Werbung in schematischer Darstellungsform.²¹

Bereits vor der Produktion des Musikvideos zum Song „2U“ kooperierte die Marke Victoria’s Secret mit Justin Bieber in Form von Live-Performances des Sängers auf der Bühne zwischen den Models auf dem Cat-Walk als besonders bildhafte Show. In dieser werden die erfolgreichen Pop-Songs mit besonders expressionistischen und dennoch weiblich erotischen Outfits kombiniert und bildgewaltig aufgearbeitet. Die Models und der Sänger treten teilweise sogar miteinander tänzerisch und umwerbend in Aktion (2:22), während die Models die Mode zur Schau tragen und der Sänger den Song zum Besten gibt.²² Die „Victoria’s Secret Fashion Show“ zählt zu den medienprätesten und kommerziell wirksamsten Modeschauen weltweit und nutzt die Live-Performances der international erfolgreichsten Musikkünstler wie beispielsweise The Weekend zum eigenen Branding und zur Vergrößerung des Publikums und somit der Konsumentenanzahl.

²¹ Bildquelle: <https://coffeeceteem.wordpress.com/2012/05/31/aida-formel-im-mlm/>: (geöffnet am 01.07.2017)

²² <https://www.youtube.com/watch?v=1IMh2z9mp5g> (geöffnet am 01.07.2017)

2 Die Repräsentation der Geschlechterrollen im Musikclip

2.1 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts, insbesondere im Rap-Musikclip

„[...] ich mein', wenn Sie als Frauen angezogen sind von einer Szene, in der Frauen meist nicht angezogen sind, dann hat das schon 'nen Grund, also meckert mal nicht rum [...],“²³ rappt Edgar Wasser im Song „Bad Boy“ und bezieht sich dabei auf die Rolle der Frau in der Rap-Szene. Innerhalb dieser zeigen sich Frauen schließlich in der deutlichen Unterzahl als Künstler. Gründe dafür findet die deutsche Rapperin Sokee in den gesellschaftlichen Normen und in der Erwartungshaltung: „Ich glaube das liegt daran, dass wir in einer Gesellschaft leben, die Frauen einredet, dass sie keine Wut haben dürfen. Und für Rap braucht man schon 'n bisschen Wut.“ Die Rapperin Juse Ju ergänzt:

„[...] dass Rap, in dem, wie es sich präsentiert, Frauen wahrscheinlich einfach weniger anspricht. Die meisten Frauen haben einfach kein Interesse zu sagen „Sex, drugs, violence ist geil und ich möchte mal darüber reden.‘, also so kann ich's mir erklären, ich bin jetzt keine Frau ...“

Die Frau wird in ihrer passiven Rolle im Musikclip, quasi als dekoratives Requisit, als optisches Stilmittel im Clip eines männlichen Künstlers, welcher sich als klassisches Alpha profilieren will, sehr viel öfter als Objekt dargestellt, als wenn sie beispielsweise selbst Musikerin ist und entsprechend in der Rap-Szene als autonom handelndes Subjekt agiert. Das traditionelle Machtgefälle zwischen Frau und Mann wird vor allem in den Genres des HipHop und (Gangsta-)Rap sehr überzeichnet dargestellt. Der Münchner Rapper Edgar Wasser äußert sich weiterhin im Song „Bad Boy“ zum Thema Sexismus im Musikbusiness folgendermaßen:

„Guck, das Ding ist, ich hab' nichts gegen Emanzipation
Doch Frauen haben halt mit echtem Hip-Hop nichts zu tun
Ohne Quatsch, ich bin tolerant, ist halt nur meine Meinung
Dass Frauen Kochrezepte lesen sollten, statt 'nem Reimbuch
Ihr seid hier nicht richtig, Sprechgesang ist Männersache
Mischt euch da nicht ein – Ich fang' ja auch nicht an mit Wäsche machen
Jedem das seine, und das sollte dann auch so bleiben / Und geht's um diese
Szene, müsst ihr halt die Klappe halten
Ich mein' das gar nicht böse, sondern ehrlich

²³ <https://genius.com/Edgar-wasser-bad-boy-lyrics> (geöffnet am 01.07.2017)

Das heißt, ich zeige eigentlich wahre Größe wie mein Penis
 Weil ich's ausspreche, im Hip-Hop gibt es keine Frauenrechte
 Das ist ein Hotel und alle Nutten müssen auschecken
 Wobei, das stimmt nicht, ihr könnt ins Hotelzimmer rein
 Und in die Musikvideos auch – außer, wenn ihr hässlich seid
 Ich will nur sagen, es wär' toll, wenn ihr respektiert (was?)
 Dass man euch hier nicht respektiert“²⁴.

Hierbei beschreibt er „[ironisch die Problematik von Female MC's²⁵, das heißt von weiblichen Rap-Künstlerinnen, sich auch heute, trotz Emanzipation und eingeführter Frauenquote, im Hip-Hop-Bereich durchzusetzen.“ Er ergänzt, dass Frauen „[oftmals lediglich auf die Reize ihrer Optik reduziert und deren fachliche Kompetenzen hingegen weniger angesehen werden würden, vor allem im Rap-Business]“.²⁶

2.1.1 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im Rap-Musikclip als autonomes und selbstbestimmt agierendes Wesen am Beispiel SXTN: „Die Ftzn sind wieder da“

Wie soeben erläutert, treten weibliche Künstlerinnen im Rap-Geschäft eher als Rarität auf. Dies hat zur Folge, „dass mit der Konzentration der Frauen auf ihren Status als das „Andere“, „Besondere“ und „von der Norm Abweichende“ dieser abwertend festgeschrieben wurde.“²⁷ Das bedeutet vor allem für besagte weibliche MC's, dass sie in diesem Genre in der deutlichen Unterzahl liegen und es eher schwer haben, sich gegen ihre männlichen Konkurrenten durchzusetzen. Das Berliner Rap-Duo „SXTN“ wurde 2015 gegründet und setzt sich zusammen aus der 23-jährigen Juju und der 27-jährigen Nura. Vor exakt 15 Jahren kam es im Ruhrpott zur Gründung des bekannten Rap-Trios „Tic Tac Toe“. Zwischen den beiden zeigen sich zahlreiche deutliche Parallelen auf wie ein attraktives Äußeres der Frauen in Kombination mit teilweise auffallend männlichem Verhalten und dem Unwillen, „sich irgendwelchen Trends anzupassen“²⁸. Beide Rap-Crews widmen sich einer Musikrichtung, welche „vorwiegend in der männlichen Szene

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=JGM5a6-77o4> (geöffnet am 01.07.2017)

²⁵ MC = „Master of Ceremony“ in: <http://roxikon.de/begriffe/rap/> (geöffnet am 06.07.2017)

²⁶ <https://genius.com/Edgar-wasser-bad-boy-lyrics> (geöffnet am 01.07.2017)

²⁷ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 55 ff.

²⁸ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 61.

verankert²⁹ ist. Wie auch bereits im Rock-Genre geschehen, werden verschiedene Strategien genutzt, um die weibliche Rebellion innerhalb einer klischeebehafteten Männerdomäne Rap zum Ausdruck zu bringen. Diese Strategien lassen sich auch am Beispiel SXTN deutlich erkennen:

- 1) „Unveränderte Übernahme der genuin männlichen [...] Rebellion – Konzept der Imitation von Männern;
- 2) Anreicherung der [...] musik 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“³⁰

Diese Strategien und die daraus resultierenden Möglichkeiten, das weibliche Geschlecht in der Musikbranche zu inszenieren, sollen nun nachfolgend am Beispiel des Musikvideos zum Song „Die FTZN sind wieder da“³¹ von SXTN aufgezeigt und erläutert werden:

Die beiden Rapperinnen machen Gebrauch von typischen Tanzbewegungen, wie sie bei männlichen Konkurrenten meist zu beobachten sind, Gebrauch. Sie bewegen sich eher armbetont, grobmotorisch und weniger elegant fließend (0:43). Hinzukommend demonstrieren sie ihren legalen wie auch illegalen Drogenkonsum sowohl im Text („Geh' mit dir auf ein'n Sektempfang, ziehe mich wie 'ne Lesbe an

Kläre mir deine Bitches weg und rauch' am Ende dein letztes Gramm“³²), als auch im Video. Dabei geht es konkret um Alkohol, Zigaretten (0:49) und den, gesellschaftlich weniger akzeptierten Konsum von Cannabis in Form vom Joints. So zeigen sie die, mit glitzernden Edelsteinen besetzte, Sektflasche,

²⁹ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 62.

³⁰ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 58.

³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=6zoX6Dknqis> (geöffnet am 05.07.2017)

³² <https://genius.com/Sxtn-die-fotzen-sind-wieder-da-lyrics> (geöffnet am 05.07.2017)

synchron zur Erwähnung dieser im Songtext (1:02). Einen Vers später demonstriert Nura auf der Bildebene (1:08), wie sie „dein letztes Gramm“³³ in Form eines Joints raucht. Hinzukommend tritt Juju bereits zu Beginn des Videos mit einem Baseball-Schläger (0:10) auf und demonstriert damit eine gewisse Gewaltbereitschaft, welche Frauen in der Gesellschaft schließlich eher weniger zugeordnet wird (siehe Zitat der Rapperin Juse Ju im Kapitel 2.1). In den bereits zitierten Versen treten sie sogar in Form vom „[Bitches klären]“ auf sexueller Ebene in Konkurrenz mit den Männern und drücken Überlegenheit auf, in fast schon abwegigen Dimensionen, aus. Diese rhetorische Übertreibung, den Männern sogar die Partnerinnen durch die eigene erhöhte Attraktivität abzuwerben, demonstriert ein besonders hohes Selbstbewusstsein bis hin zu Größenwahn. Zur Imitation des männlichen Geschlechts kommt es ebenfalls durch das Tragen von weniger körperbetonten Kleidungsstücken wie Oversize-Jacken, das heißt in Übergröße, außerdem Caps und Hosenträger (1:04). Auch das Karten- und Schachspiel im Bild (0:50) verfolgt, dadurch, dass es logisches Denken fordert, die Vorliebe der beiden Frauen, sich in, von Männern dominierten, Bereichen zu profilieren.

Diese Stilelemente werden stets mit akzentuiert weiblichen Qualitäten und Mitteln kombiniert wie beispielsweise körperbetonter enger Kleidung, perfektem Make-Up plus manikürten Fingernägeln und nackter Haut. Durch diese beiden, aufeinander abgestimmten, Outfits (siehe Abbildung 5) demonstrieren die Künstlerinnen außerdem ihre Verbundenheit, vergleichbar mit der unter Schwestern. Dabei knüpfen sie an die klischeehafte freundschaftliche Verbindung zwischen männlichen Rappern an, welche sich genretypisch als „Bros“ (=englische Kurzform von Brother) bezeichnen. Sie spielen also mit den Klischees und typisch männlichen Stilmitteln ihres Genres.

³³ <https://genius.com/Sxtn-die-fotzen-sind-wieder-da-lyrics> (geöffnet am 05.07.2017)



Abbildung 5: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Die Ftzn sind wieder da" zeigt SXTN in sexy Kleidung, jedoch männlich gestikulierend (1:16)³⁴

Dies wird weiterhin verdeutlicht durch die Wahl einzelner ihrer, im Video genutzten, Locations. So zeigen sie sich vor einer, mit Graffiti-Kunst gesprayter Wand (0:39). Dabei scheint es kein Zufall, dass das Bild ein Frauengesicht zeigt. Graffiti gelten als genretypisches Mittel, sich selbst und seine Kunst zum Ausdruck zu bringen. Dieses wurde besonders von der Hip-Hop-Szene geprägt. Die Aufnahmen werden in eher düsterem, jedoch teilweise pink flackerndem Licht präsentiert, was ebenfalls eine gewisse Aggressivität demonstriert und dennoch aufgrund der sinnbildlichen Farbwahl als ein stolzes Bekenntnis zum weiblichen Geschlecht interpretiert werden kann. Weitere Elemente wie Luftballons, eine tanzende Ballerina in der Anfangssequenz (0:15), Kreolen in den Ohren von Juju (0:03) und das ständige Betonen weiblicher Körperformen beziehungsweise Kurven weisen stets auf das Geschlecht der, betont autonom und dominant auftretenden, Künstlerinnen hin. Auf diese Art und Weise wird die Rap-Musik mit weiblichen Qualitäten angereichert und die Selbstbehauptung der Frau stets in der zweigeschlechtlichen Denkweise zum Ausdruck gebracht.

Weiblich konnotierte Repräsentationsweisen, wie konkret das Tragen körperbetonter Kleidung, Make-Up und langer Haare, werden durch Posen und Maskeraden postmodern durch die Kombination mit männlichen Attributen umgearbeitet. So trägt Juju zum engen Kleid Tennissocken ohne Schuhe (1:11) - anstatt, wie es der allgemeinen Sehgewohnheit entspricht, mit hohen Schuhen - oder trägt

³⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=oNjgsYNCra0> (geöffnet am 05.07.2017)

über dem sexy bauchfreien Oberteil eine jugenhafte voluminöse Jacke der Sportmarke Adidas (0:14). Nicht zuletzt werden die Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern auch im Songtext überwunden:

„[...]Realtalk von 'nem Mannsweib, was ja doch 'n bisschen rappen kann anschein'nd[...]
 Du kannst gerne ma' bei mir abwaschen, Image kann euch nicht krass machen[...]
 Du bist Haustier, ich bin Raubtier und ich guck' grad was ich heut fressen kann[...]³⁵“

Hierbei sprechen sie geläufige Klischees der Geschlechterrollen an und kehren diese um. Sie beweisen, dass Frauen in Form von „[Mannsweibern]“ rappen können und nicht für den Abwasch zuständig sind. Außerdem, dass sie trotz des weiblichen Geschlechts selbst in die Rolle des Jägers beziehungsweise Raubtiers schlüpfen und sich der Mann in diesem Zusammenhang in der Position des Objektes, welches sich dominieren lassen muss, wiederfindet.

Die Geschlechterdifferenz wird durch all diese genannten Stilmittel infrage gestellt und sogar komplett aufgeworfen. Wie bereits ausführlich beschrieben, werden männliche und weibliche Attribute durchgehend miteinander kombiniert. Trotz des permanenten Bekenntnisses zum weiblichen Geschlecht beweisen SXTN, dass sie sich keineswegs in die Rolle des, von Männern dominierten, Objekts werfen und stattdessen selbstbestimmt und autonom handeln. Sie zeigen einen starken Willen und demonstrieren Durchsetzungsfähigkeit innerhalb des Hip-Hop- und Rap-Genres, welches schließlich von Männern erfunden, initiiert und geprägt wurde.

Dabei inszenieren sie ihre Weiblichkeit auf vielschichtige Art: Das Rap-Duo fordert den weiblichen Subjekt-Status ein und rechtfertigt diesen durch ihr zweigeschlechtliches Auftreten. Konventionen werden durch die Kombination von den optischen Reizen der Beiden mit Drogen, wenig anmutendem Tanzstil und typisch männlichen Kleidungselementen visuell überwunden. Neue musikalische Ausdrucksweisen werden dadurch entwickelt, dass weibliche Stimmen selten so direkte, rüde und provokante Texte performen und die Polarisation herausfordern. Dadurch mischen sie die Szene auf. Titel wie „Ich ficke deine Mutter ohne Schwanz“ wurden zuvor noch nie von jungen Frauen in den Medien derart erfolgreich zum Besten gegeben. Dass Frauen auch technisch derart sauber und in

³⁵ <https://genius.com/Sxtn-die-fotzen-sind-wieder-da-lyrics> (geöffnet am 06.07.2017)

bemerkenswertem Flow³⁶ rappen und ein sehr derbes Vokabular mit ihrem ansprechenden Äußeren in Einklang bringen, deutet weibliche Ausdrucksweisen um und erweitert diese.

2.1.2 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im R&B-Musikclip als williges Objekt am Beispiel Jason Derulo (feat. Nicki Minaj & Ty Dolla \$ign): „Swalla“

„Lass es glitzern, lass es knallen, sei ein bunter Hund, wenn dir danach ist, die Welt wird früh genug in Schutt und Asche versinken – Dekadenz auf lustig für den Sofortgebrauch“, charakterisiert Thomas Gross (2000: 49) Madonnas Produktion Music in seiner Rezension in der Zeit.³⁷

Ausschweifungen ohne Rücksicht auf gesellschaftliche Ablehnung oder Verlust des eigenen guten Rufes lassen sich, wie in diesem Zitat thematisiert, durch den Gewinn an Spaß und Lebensfreude rechtfertigen. Wer feiert, das Leben mit all seinen Sinnen genießt und auch seine menschlichen Triebe weniger unterdrückt, als es die Gesellschaft mit ihren Normen unterrichtet, fühlt sich oft erfüllter als so mancher disziplinierter Workaholic. Der englische Philosoph Stuart Mill (1806-1873) würde dieser These allerdings entgegen halten: „Es ist besser, ein unzufriedener Mensch zu sein als ein zufriedenes Schwein“³⁸. Unabhängig davon lebt der, in diesem Kapitel behandelte, Interpret allerdings klar gemäß der Lebenseinstellung, welche im Zitat von Herrn Gross erklärt wird. Hierbei gehört auch die rein körperliche Anziehungskraft des weiblichen Geschlechts klar einfach dazu und wird entsprechend unverblümt mit großartiger Selbstverständlichkeit auch präsentiert.

Der Song „Swalla“ gilt als einer der aktuellen Hits international. Im Radio und in den Diskotheken läuft er rauf und runter. Während er in gewohnt poppigem Sound daherkommt, erahnen wohl die wenigsten deutschen Hörer aufgrund der entsprechenden Sprachbarriere, welches sexuelle Bedürfnis in diesem Titel zelebriert wird. Im Musikvideo³⁹ zu diesem Hit des Pop- und R&B-Sängers Jason Derulo wird genau den Dingen nachgegangen, welche die menschlichen Sinne

³⁶ „Rap-Techniken, die mit dem Tempo spielen, werden unter dem Oberbegriff **Flow** zusammengefasst.“ In: <http://roxikon.de/begriffe/rap/> (geöffnet am 06.07.2017)

³⁷ Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 41.

³⁸ Mill, John Stuart (2009). Utilitarismus, Leipzig: Meiner Verlag, Kapitel 2.

³⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=NGLxoKOVzu4> (geöffnet am 19.07.2017)

ansprechen und welche von vernunftgetriebenen Menschen in der Regel nicht empfohlen werden. Die Rede ist von Polyamorie, beziehungsweise hemmungslosem Sex aus reinem Verlangen heraus und ohne Verpflichtungen. Um diesen Effekt und den Spaßfaktor der Dinge, welche sich als Gegenspieler der Vernunft charakterisieren lassen, zu steigern, wird das grundlegende Element der unverhohlenen Sexualität in diesem Clip erweitert durch bekanntlich ungesunde Genussmittel wie Süßigkeiten und Alkohol. Während Jason Derulo „Come on take a sip 'cause you know what I'm servin', ooh“⁴⁰ (1:56) singt, serviert er der Dame seiner Wahl eine hochprozentige Spitiuose im Glas, überwindet jegliche körperliche Distanz und tritt dabei in ihre Intimzone. Sie gewährt dies und schaut ihm währenddessen in die Augen, was dem Zuschauer seine sexuelle Anziehungskraft beweist. Zum Thema Alkohol ergänzt Ty Dolla \$ign in seinem gesanglichen Solo-Part „Champagne poppin', she gon' swallow that“⁴¹, wobei der Champagner seinen finanziellen Wohlstand verdeutlicht.



Abbildung 6: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" von Jason Derulo zeigt den Konsum von Genussmitteln innerhalb der knallig bunt filmisch inszenierten Welt (1:56)⁴²

Die Verfasserin möchte an dieser Stelle folgenden Einwand erheben: Für dieses Sub-Kapitel würde sich an dem Punkt ebenfalls ein Rap-Video von einem männlichen, Frauen verachtenden Interpreten wie beispielsweise Farid Bang mit dem

⁴⁰ <https://genius.com/11817689> (geöffnet am 19.07.2017)

⁴¹ Ebd.

⁴² <https://www.youtube.com/watch?v=NGLxoKOVzu4> (geöffnet am 19.07.2017)

Titel „LUTSCH“⁴³ hervorragend eignen. Stereotypisch wird in diesem die Superlative an Protz; der rohen Zurschaustellung weiblicher Kurven plus deren widerstandslose Unterwürfigkeit; die offene Realisierung beziehungsweise Anwendung von frauenfeindlichen Ansichten mit Berufung auf veraltete Rollenbilder; Statussymbole; Waffen; Drogen und Reichtum zur Schau gestellt und auch auf der Textebene ausgetragen. Allerdings bewegt sich dieses Werk, musikalisch wie auch inhaltlich, im Vergleich zu den anderen, im Kapitel 2.1. analysierten Songs, auf zu niedrigem Niveau. Aus diesem Grund erscheint es der Verfasserin unverhältnismäßig wie auch unwürdig, dem benannten Musikvideo eine vollständige Analyse im Rahmen ihrer wissenschaftlichen Arbeit zu widmen. Hinzukommend bietet das Musikvideo von Jason Derulo nicht nur auf akustischer, sondern auch und vor allem auf visuell künstlerischer Ebene eine größere Bandbreite an bewusst eingesetzten und sauber umgesetzten filmischen Mitteln als das Beispiel von Farid Bang, welches den Punkt, der in diesem Kapitel behandelt werden soll, noch intensiver herausarbeitet. Hierbei soll lediglich auf die Existenz von Werken dieser Art, welche die Frau beispielhaft überzeichnet unwürdig und unmündig in ihrer Rolle präsentieren, dass sie als Antagonist oder Opponent für emanzipierte Künstler wie SXTN oder Lady Gaga in diesem Kapitel gekennzeichnet werden sollen. Hiermit führt die Verfasserin die analytische Abhandlung von Derulos Publikation zum Song „Swalla“ fort.

Die Motive von Sex und Genussmitteln werden jedoch auch in diesem Video durch oberflächliche Werte erweitert. Statussymbole wie ein Luxusauto werden im überwiegenden Anteil der Spielzeit des Clips im Bild gezeigt. Im Text erwähnt Ty Dolla \$ign hinzukommend „All she wear is red bottom heels“⁴⁴. Die rote glänzende Sohle verweist auf Designer-Schuhe von Christian Louboutin. Diese liegen preislich bei 675\$⁴⁵ aufwärts. Insofern drückt dieser Vers aus, dass die Frauen, mit welchen Ty verkehrt, ebenfalls mit Statussymbolen, in Form von teurer Kleidung, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Die besagten Süßigkeiten werden bereits in der ersten Sekunde des Videos in der Detail-Kameraeinstellung dargeboten. Die, im englischen als „Candy“ oder „Sweets“ bezeichneten Süßwaren werden, typisch für die Popkultur, oft als Symbol für weibliche Attraktivität oder sexuelle Anziehungskraft in amerikanischen Musikvideos eingesetzt. Als Beleg für diese These soll auf das Musikvideo zum Song „Candy Shop“⁴⁶ des

⁴³ <https://www.youtube.com/watch?v=NOW-GhSJsJo> (geöffnet am 19.07.2017)

⁴⁴ <https://genius.com/11817689> (geöffnet am 19.07.2017)

⁴⁵ Vgl. <https://genius.com/11817689> (geöffnet am 19.07.2017)

⁴⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=SRcnnld15BA> (geöffnet am 19.07.2017)

erfolgreichen US-Rappers 50 Cent verwiesen werden. Ebenfalls repräsentativ für die Anwendung des „Candy“-Motivs in der Pop-Kultur gilt „Heartbreaker“⁴⁷ von Justin Bieber. Auf die beschriebenen Nahaufnahmen der Sweets werden jeweils die Namen der drei beteiligten Sänger in Knallfarben eingeblendet. Dies kann auf der Sinnebene mit der offen demonstrierten sexuellen Aktivität der Künstler assoziiert werden. Nach Gummibärchen und sogenannten kultigen Lollipops erscheinen Dollarmünzen aus Schokolade, welche bereits auf den Wohlstand und somit den finanziellen Erfolg der Interpreten verweisen. Mit diesem Status steigt auch deren Marktwert hinsichtlich der Partnerauswahl. Anschließend folgt ein Umschnitt in das Studio, welches die Main-Location des Clips bedeutet. In dieser sitzt Jason Derulo auf dem Boden und singt davon, wie er mit all den verschiedenen Frauen, welche sich ihm anbieten, vor allem auf oralem Weg seine Sexualität ausleben möchte: „Love in a thousand different flavors / I wish that I could taste them all tonight“⁴⁸. Laut den Interpretationen auf der Songtext-Plattform genius.com⁴⁹ stehen diese „tausend verschiedenen Geschmäcker“ metaphorisch für die verschiedenen Frauentypen, welche dem lyrischen Ich allesamt gefallen. Entsprechend verspürt es den Wunsch, von all diesen zu probieren. Im Text wird das Verlangen nach Oralverkehr bekundet, welches versinnbildlicht wird durch eine Vielfalt an Süßigkeiten, wodurch das Video jugendfrei bleibt und an das erwachsene Publikum dennoch die Message nicht verfehlt. Durch die entsprechende Kombination aus Süßwaren mit kurvigen und in Knallfarben gekleideten Frauen, welche sich stets sehr Po betont bewegen und durch diese Präsentation ihre Fruchtbarkeit demonstrieren, wird dem Zuschauer klar, dass es um die Zurschaustellung der optischen Attraktivität zum Zwecke der Paarung geht. Das Motiv der tanzenden, knapp und bunt gekleideten Frauen, die dem Mann ihre optischen Reize tänzerisch anbiedernd vorzeigen, zieht sich wie ein roter Faden durch das gesamte Video. Dieser Mann wiederum, konkret verkörpert durch den Sänger Jason Derulo, befindet sich zwischen all diesen besungenen vielfältigen Typen wie auch Rassen von Frauen und scheint deren Anziehungskraft gewissermaßen zu erliegen. Dennoch geben ihm die Tänzerinnen durch ihre sexuelle Unterwerfung ein Gefühl von Macht, Dominanz und männlicher Überlegenheit. Ihm bietet sich die breitgefächerte Auswahl vieler junger und attraktiver Frauen, welche keinerlei Anspruch auf exklusive Pflichten in Form von klassischer Mono-

⁴⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=8oepS649C7U> (geöffnet am 19.07.2017)

⁴⁸ <https://genius.com/11817689> (19.07.2017)

⁴⁹ Ebd.

gamie erheben, wie es der traditionellen Form entspricht. Dies entspricht in unserer Gesellschaft in etwa der Wunschvorstellung vieler junger Männer, da es deren unkomplizierte Bedürfnisbefriedigung bedeutet. Im realen Leben lässt sich dieses Modell jedoch nicht so unkompliziert und in solch einer Perfektion verwirklichen, wie es im Clip demonstriert wird und genau aus diesem Grund zieht es die gewünschte mediale Aufmerksamkeit auf sich, welche den kommerziellen Erfolg des Titels generiert. Unter Frauen gilt es allgemein eher als weniger erstrebenswert und ehrenlos, sich bewusst als eine von vielen einem Mann hinzugeben. Dieser Anspruch wird in der, im Clip erzeugten Situation, komplett vernachlässigt. Eine sorgenlose, leichtsinnige und lockere Attitude soll hierbei erzeugt werden, weswegen der Titel sich auch aktuell als Party-Hit in den internationalen Diskotheken etabliert hat. Der Sänger fährt fort „No, I ain't got no dinner plans / So you should bring all your friends“⁵⁰, wobei das Abendessen wieder auf den gewünschten Oralsex mit vielen Frauen bezogen ist. Die Bitte an eine Frau, ihre Freundinnen zum Zwecke sexueller Handlungen mitzubringen, ist unter R&B Künstlern keine Seltenheit. Der Sänger „The Weeknd“, welcher ähnliche Themen in seiner Musik verarbeitet, beginnt auch seinen Song „Often“ mit ähnlichem Appel unmittelbar im zweiten Vers: „bring your friend with you“⁵¹. Zu Beginn scheinen alle Frauen auf dem Boden vor Derulo zu schlafen. Mit seinem Gesang wachen sie auf und beginnen, ihren Po im Takt abwechselnd anzuheben und wieder abzusenken. Alle vier Frauen liegen in einer Reihe in identischer Körperhaltung und bewegen sich synchron. Dabei tragen sie das gleiche Outfit und erlassen jeglichen Anspruch auf persönliche Identität. Sie laufen konform zu einem Team auf, welches es sich zur Mission macht, Derulo und somit auch sich selbst zu beglücken. Als er singt, dass er alle von ihnen begehrt („I swear that a-all y'all my type“⁵²), stehen die Frauen plötzlich auf und beginnen damit, wie Hunde auf dem Boden um ihn herum zu krabbeln (siehe Abbildung 7), was als Anspielung auf die Sex-Stellung „Doggy-Style“ gedeutet werden kann.

⁵⁰ <https://genius.com/Jason-derulo-swalla-lyrics> (geöffnet am 19.07.2017)

⁵¹ <https://genius.com/3351314> (geöffnet am 19.07.2017)

⁵² Ebd.



Abbildung 7: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" zeigt die Backgroundtänzerinnen synchron in Richtung des Künstlers krabbeln (0:38)⁵³

Im weiteren Verlauf des Videos tritt der Sänger auf betont und überzeichnet sportliche Art und Weise in körperliche Nähe mit einer seiner Frauen. Dies geschieht jeweils immer, passend zu diesem „Pärchen“ vor pinkem Hintergrund. An dieser Stelle merkt die Verfasserin an, dass die meisten Szenen des Videos vermutlich vor einem Green-Screen gedreht wurden. Auf diese Weise lässt sich der, stets identische, Farbverlauf in seinen Helligkeitsabstufungen erklären. Dieser Bild-Zuschnitt beweist die bewusst überzogene Absurdität in der Auslebung seiner Fantasien und die Vorliebe für besonders spaßige Abenteuer: Derulo zeigt, er die Frauen in der Hand hat und diese für Spaß mit ihm zu haben sind. Passend zu diesem Treiben besingt er diese „Freaky, freaky gyal / My freaky, freaky gyal“ (2:20) und lobt sie für ihre lockere Art.



Abbildung 8: Zusammenschnitt aus fünf ausgewählten Screenshots des Musikvideos zum Song "Swalla"⁵⁴

Die übrigen Szenen des Videos spielen sich vor gelbem Hintergrund, in der Location der Anfangssequenz, welche die bunte Beleuchtung wechselt, oder neben dem grünen Sportwagen mit den Tänzerinnen ab. Der Stil der Knallfarben läuft hierbei konform mit dem Motiv der Süßwaren. Dies entspricht wiederum den verschiedenen Geschmäckern und somit den variablen Frauentypen. Diese kommen in verschiedenen Haar- und Hautfarben wie auch Körperformen daher.

⁵³ <https://www.youtube.com/watch?v=NGLxoKOVzu4> (geöffnet am 19.07.2017)

⁵⁴ Ebd.

Neben besonders sportlich durchtrainierten, zeigen sich auch besonders weibliche kurvige Frauen mit erhöhtem Körpervolumen im Vergleich zu den skinny Topmodels, die gemeinsam mit Justin Bieber auf der Bühne der Victoria's Secret Fashion Show laufen. Die Verfasserin verweist an dieser Stelle auf das Kapitel 1.1.2. In diesem Musikvideo zu „Swalla“ wird also das weibliche Ideal, welches sich offensichtlich noch relativ dehnbar definieren lässt, des lyrischen Ichs repräsentiert. Dabei wird dem Charakter der Frauen wenig Relevanz beigemessen, da sie eher passiv als dekoratives Beiwerk im Video und als, von Derulo und Dolla \$ign, besungenes Objekt benutzt werden. Sie bilden das Antonym eines autonom handelnden, rebellischen Subjekts in Form von Frauen wie Lady Gaga, Madonna oder SXTN.



Abbildung 9: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" zeigt die künstlerische Art, die orale Zone der besungenen Frauen zu betonen (1:22)⁵⁵

Dass die Tänzerinnen gestisch an den Lollipops lecken (0:55), verbildlicht das bereits beschriebene Bedürfnis nach oralem Verkehr. Ebenfalls die Lippen- und Zungenbewegungen und das Betonen der Lippen mit künstlerischen Gestaltungen dieser spielen darauf an. So werden die Lippen entweder bunt in Unifarben (1:41), mit Glitzerfarbe (1:44) oder gemustert (1:22) bemalt, alternativ mit bunten Zuckerperlen (2:22) beklebt. Synchron zur Betonung dieser optischen Reize im oralen Raum, erklingt der Refrain, welcher nahezu ausschließlich vom Verb „swall“, welches übersetzt „schlucken“ bedeutet und sich sowohl auf den Alkoholenuss, als auch Oralsex⁵⁶ bezieht, bestimmt wird:

⁵⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=NGLxoKOVzu4> (geöffnet am 19.07.2017)

⁵⁶ <https://genius.com/11395448> (geöffnet am 19.07.2017)

„Shimmy shimmy yay, shimmy yay, shimmy ya (drank)
 Swalla-la-la (drank)
 Swalla-la-la (swalla-la-la)
 Swalla-la-la
 Shimmy shimmy yay, shimmy yay, shimmy ya (drank)
 Swalla-la-la (drank)
 Swalla-la-la (swalla-la-la)
 Swalla-la-la
 Freaky, freaky gyal
 My freaky, freaky gyal“⁵⁷

Abgesehen von den genannten Anspielungen enthält der Refrain also wenig Inhalt und kommt somit auch ziemlich anspruchslos daher. Ebenso unverhohlen werden auch die weiblichen Rundungen der Tänzerinnen filmisch betont und fast schon wie Ware präsentiert. Die Verfasserin verweist zum Beleg dieser These auf die Abbildung 10. Diese „[spezifische Repräsentation von Frauen durch Kameraeinstellungen und -perspektiven ist für die visuelle Hierarchisierung folgenreich]“.⁵⁸



Abbildung 10: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Swalla" zeigt die offene und freimütige, jedoch ästhetische Art, die weiblichen Reize zu präsentieren. Ty Dolla \$ign weist sogar mit der Hand auf sein begehrttes Objekt, während sie sich dieser Aufmerksamkeit offen darbietet. (1:19)⁵⁹

⁵⁷ <https://genius.com/3351314> (geöffnet am 19.07.2017)

⁵⁸ Vgl. Bechdolf, Ute (1996). Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 280.

⁵⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=NGLxoKOVzu4> (geöffnet am 19.07.2017)

Nach der beschriebenen Rückansicht der Frau bietet sich dem Publikum auch direkt nach dem unmittelbar darauffolgenden Umschnitt die Front. So kann sie der Zuschauer ähnlich einer Produktpräsentation begutachten.

„Männer sehen, Frauen werden angesehen. Indem der voyeuristische Blick der Zuschauer [...] mit diesem „male gaze“⁶⁰ verschweift wird, nehmen Frauen [...] den Status eines begehrten Objekts an. Dieser sexualisierte Blick auf Frauen als Objekte der visuellen Lust schreibt die hierarchischen Geschlechterverhältnisse in die Filmsprache des Hollywood-Kinos ein. [...] ein verdinglichender Blick auf weibliche Körper, der [...] auch die visuellen Repräsentationen von Frauen in Musikvideos geprägt hat.“⁶¹

Wenige Sekunden später bezeichnet Ty die besungene Frau hinzukommend noch als „bitch“ (1:25), was ursprünglich eine (meist läufige) „Hündin“ meinte und, in diesem Zusammenhang, übersetzt werden kann mit Begriffen wie „Luder“, „Schlampe“, „Miststück“, „Weibsstück“ und anderen Bezeichnungen, welche die Frau abwertend auf ihr Geschlecht reduzieren. Im Vergleich zu den Frauen zeigen sich die beiden männlichen Sänger mit sehr viel großflächigerem Textil bedeckt, abgesehen von den Szenen, in welchen auch Derulo topless mit den Frauen in körperliche Interaktionen tritt. Diese These bestätigt durch ihren Part im Clip Nicki Minaj, welche in der Kategorie der Sanduhren-Figur jede einzelne der Tänzerinnen um Dimensionen übertrumpft und dies, ebenfalls mit wenig Stoff bekleidet, offenherzig demonstriert. Sie ist sich ihrer Anziehungskraft bei Männern bewusst und gibt diese Tatsache auch unmissverständlich in ihren Rap-Lines bekannt: „Pussy game still cold“ meint schließlich laut genius.com, dass Nicki viel Sexappeal⁶² besitzt und jeder Mann mit ihr in Interaktion treten will. Sie nimmt quasi den Posten der begehrtesten Frau unter allen ein und bezeichnet sich in diesem Zusammenhang sogar selbst als „Bitch“: „I'm that bitch, and he know, he know“⁶³. In diesem Pop-Song gilt dieser Status des begehrtesten Objekts, welches auf seinen Körper reduziert wird, demnach als etwas Erstrebenswertes. Diesen Anspruch würde beispielsweise das Rap-Duo SXTN nie an sich erheben, was in den folgenden Kapiteln belegt werden soll.

Insgesamt wird im Clip zum Song „Swalla“ also das traditionelle Rollenbild auf überzeichnete Art zelebriert. Die Frau ist in dieser Welt lediglich für die sexuelle

⁶⁰ Englischer Begriff, der den Blick des Mannes beschreibt

⁶¹ Vgl. Bechdolf, Ute (1996). *Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien*. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 280.

⁶² Vgl. <https://genius.com/11758568> (geöffnet am 19.07.2017)

⁶³ <https://genius.com/11758568> (geöffnet am 19.07.2017)

Befriedigung des dominanten, mündigen, starken, statusträchtigen Mannes zuständig und nicht etwa für den Verdienst des Lebensunterhaltes. Ihre fachlichen Kompetenzen werden nicht gefordert, da diese in der Erwartungshaltung des Mannes nicht enthalten sind.

Die, in diesem Video besonders betonte, Weiblichkeit, wird sehr einseitig inszeniert dargestellt. Hierbei bildet der feminine Objekt-Status die Basis für das traditionelle Rollenbild, welches hier bedient und konstruiert wird. Auch die Verteilung dieser Rollen fällt insofern konservativ aus, dass der Mann die statushöhere Position besetzt. Konventionen werden durch die Darbietung optischer Reize mitsamt anzüglichen Tanzstil und knapper Kleidung verfolgt. Das beschriebene, voneinander abgestufte Machtverhältnis zwischen den Geschlechtern wird offen ausgelebt und die Geschlechterdifferenz gleich einem Euphemismus visualisiert. Inhaltlich werden bestehende normative Tabus wie das unverhohlene Thematisieren von Oralsex zwar gebrochen, jedoch in verhüllter Ausdrucksweise an den Rezipienten vermittelt. Die Botschaft erreicht diesen trotz der indirekten, verschlüsselten Artikulation sexueller Bedürfnisse mithilfe sprachlicher Bilder unmissverständlich. Klassisch zeigen die Frauen in diesem Video typisch weibliche und die beiden Rapper entsprechend ausschließlich typisch männliche Attribute. Auf das Wesentliche reduziert ließe sich dies auf die stereotype Gegenüberstellung von Muskeln versus Kurven herunterbrechen. Im Endprodukt des Clips generiert diese sexistische Kombination jedoch eine visuelle wie auditive Harmonie, welche dem Song aktuell einen großen kommerziellen Erfolg verschafft.

2.1.3 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im Pop-Musikclip als vielschichtige weibliche Provokation am Beispiel Lady Gaga: „Perfect Illusion“

Lady Gaga erlangte im Jahr 2009 ihren internationalen Durchbruch mit dem Hit „Poker Face“⁶⁴ und blieb ab sofort durch ihr stets expressionistisches und skurriles Auftreten als sexy Stilikone in den Köpfen des Publikums und schaffte es dadurch, ihren Bekanntheitsgrad zu halten, anstatt, wie viele andere Künstler, nach einem One-Hit-Wonder wieder in der Versenkung zu verschwinden. Vergleichbar mit Madonna, springt sie zwischen den Geschlechterrollen als begehrtes Objekt und autonom agierendes Wesen, welches sich durchaus

⁶⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=bESGLoJNYSo> (geöffnet am 06.07.2017)

selbst Berechtigung schafft, auch Männer zu dominieren. Allein ihre skurrilen Outfits und der Tanzstil, welcher sich in kaum eine Schublade einordnen lassen will, beweisen, mit welcher Leidenschaft die Künstlerin mit den Klischees, den Geschlechterrollen und ihren optischen Reizen spielt. In sehr viel größerem Stil als SXTN stellt Lady Gaga die vorherrschenden Geschlechterdifferenzen infrage und vollbringt, wie Madonna⁶⁵ vor Jahren, eine Gradwanderung zwischen weiblich und männlicher Identifikation hinsichtlich der klassischen Rollenverteilung. Dies soll im Folgenden anhand des Musikvideos zum Song „Perfect Illusion“⁶⁶ detaillierter analysiert werden.

Der Clip beginnt mit einer Konzertszene, in welcher die tobende Menge nur für Lady Gaga jubelt und somit ihre Beliebtheit und ihren Erfolg als Künstlerin demonstriert. Dem schließt sich eine Szene an, in welcher die Sängerin am Steuer eines Geländewagens sitzt und diesen durch die Wüste fährt. Der schwarze kantige Geländewagen weißt selbstverständlich keinerlei weibliche Attribute auf und die Sängerin lässt in diesem ihren Aggressionen freien Lauf. Sie bewegt sich sehr grob, hastig und abrupt, bis sie schließlich aussteigt und stampfend durch die Wüste tanzt, von Eleganz keine Spur. Sie kleidet sich gewohnt sexy und körperbetont, allerdings in eher robusten Textilien. Die blaue Jeans-Hotpants weist einen ausgefransten Bund auf und wirkt dadurch im Survival-Look, als hätte die Sängerin eine lange Hose mit eigenen Händen abgeschnitten, um sich dem Klima in der Wüste anzupassen. Durch den Schnitt werden nicht nur ihre straffen Beine in ihrer Vollkommenheit gänzlich präsentiert, sondern sogar ihre Pobacken offenbart. Dies kombiniert sie mit robusten schwarzen Stiefeln und einem schwarzen, engen T-Shirt. Ihre blondierten Haare bindet sie zu einem praktischen Pferdeschwanz zusammen und ihre Augen werden von einer schwarzen Sonnenbrille verdeckt. Im Gesamtbild wirkt ihr Outfit sehr rockig und wild, nicht zuletzt auch durch die Offenbarung ihrer Tattoos. Dass es sich bei einem davon um ein Einhorn (siehe Abbildung 11) auf ihrem Oberschenkel handelt, trägt dem nichts ab.

⁶⁵ Vgl. Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 65.

⁶⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=Xn599R0ZBwg> (geöffnet am 06.07.2017)

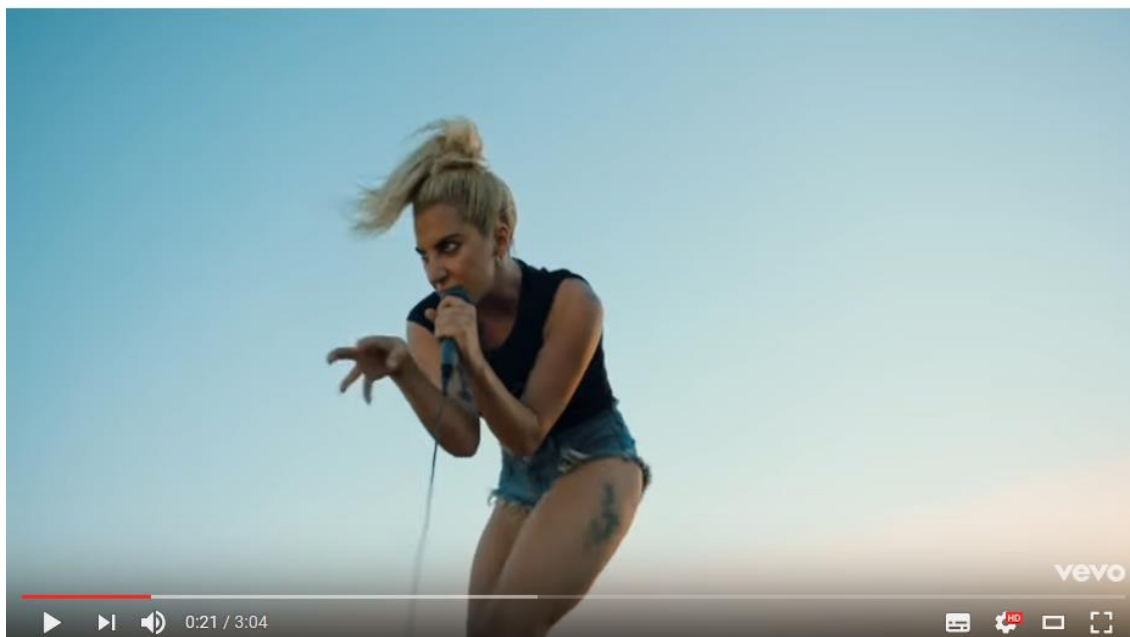


Abbildung 11: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Perfect Illusion" zeigt Lady Gaga wenig „lady-like“ (0:21)⁶⁷

Passend zum wilden Outfit tanzt sie auch sehr skurril. Ihre geduckte Körperhaltung und ihre Handhaltung wirken alles andere als elegant. Lady Gaga bringt Wut, Aggression, Liebe und viele weitere gegensätzlichen Gefühle zum Ausdruck. Wie bereits im Kapitel 2.1 beschrieben, erfordert es für eine Frau, welche sich aus Berufswegen in den Medien zeigt, ein gewisses Maß an Mut, auch Wut und Aggressionen offen zu demonstrieren, anstatt dieses Feld, wie gewohnt, den Männern zu überlassen. Trotz der bewussten Darbietung ihrer optischen Reize



Abbildung 12: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song "Perfect Illusion" zeigt Lady Gaga in leicht abgeändertem Outfit. (2:08)

⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=Xn599R0ZBwg> (geöffnet am 06.07.2017)

und der daraus folgenden Selbstdarstellung als begehrenswerte Frau, schlüpft sie in keine Objektrolle, sondern zeigt große Unabhängigkeit von Männern und deren Bestätigung. Ihre dominante Rolle gegenüber dem männlichen Geschlecht demonstriert sie außerdem im direkten Umgang mit einem Mann, dessen Kopf sie sehr grob in ihre Armbeuge nimmt (2:37) und während ihrer Performance recht rabiart daran rüttelt. Im Machtverhältnis nimmt sie in dieser Konstellation die stärkere bis unterdrückende Position ein. Wie Madonna rebelliert Lady Gaga gegen den „[konventionellen Umgang mit Sexualität und Weiblichkeit]“⁶⁸.

Im Verlauf des Musikclips verändert sich das Outfit der Pop-Sängerin, den groben wilden rockigen Stil behält sie dennoch bei. Dies beweist der Vergleich zwischen Abbildung 11 und 12. So besteht ihre Hotpants in der gleichen Schnittform plötzlich aus silbern glänzendem Stoff und ihr schwarzes T-Shirt wechselt die Farbe dezent in grau und erscheint in Form eines Crop-Tops, also wie abgeschnitten. Auch hierbei lassen sich wieder Bezüge auf die Stil-Ikone Madonna erkennen. Schließlich trug diese im Jahr 1983 als erste berühmte Persönlichkeit das Crop-Top in den Medien, und zwar im Musikvideo zum Song „Lucky Star“⁶⁹. Damit erlebte das Kleidungsstück seine erste große Trendwelle in der Modegeschichte. Es lässt sich konstatieren, dass die Künstlerin ihr Erscheinungsbild in Form ihrer Kleidung dezent, aber bewusst abändert und dabei den Kleidungsstil beibehält. Synchron dazu wandelt sich ihr Tanzstil von skurril, verstörend und abgehackt zu weiblich, elegant, fließend, Hüft-betont und sexy anmutend. Die Sängerin demonstriert, dass sie in beide Geschlechterrollen schlüpfen und diese ausleben kann, anstatt sich ausschließlich zu ihrer biologischen Zugehörigkeit zum weiblichen Geschlecht zu bekennen.

Auf der Textebene bringt die Künstlerin sehr ehrliche Statements hinsichtlich ihrer Haltung zu ihrem großen Bekanntheitsgrad und zu der Fassade, welche sie gegenüber der Öffentlichkeit aufrechterhält beziehungsweise sich dazu berufen fühlt, dieses inszenierte Bild von sich selbst nach außen zu tragen. Inhaltlich thematisiert sie die Aufmerksamkeit des, für sie anonymen Publikums im Internet allgemein und auf den Social Media Plattformen. Dabei problematisiert sie den Druck, welcher auf sie wirkt, der Erwartungshaltung des Publikums gerecht zu werden und deren Idealen zu entsprechen. Dieses Gefühl wird eher selten von

⁶⁸ Vgl. Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 59.

⁶⁹ Vgl. http://www.modelexikon.com/mode/c/crop_top.html (geöffnet am 07.07.2017)

berühmten Persönlichkeiten angesprochen. Stattdessen verbreitet sich schließlich der Glaube, es sei ausschließlich sehr schmeichelhaft, in der Öffentlichkeit zu stehen und Bestätigung im Übermaß beigemessen zu bekommen. Selbstverständlich ist, dass die Sängerin diese Seite der Medaille des Ruhms genießt. In diesem Zusammenhang ist es wohl kaum ein Zufall, dass sie einigen ihrer Platten Titel wie „The Fame“; „The Fame Monster“ oder „The Fame Kingdom“ gegeben hat. Jedoch gesteht sie ihren Fans und auch Kritikern gegenüber ein, dass es auch für sie nicht immer einfach ist, mit dem Druck, welcher aus der medialen Aufmerksamkeit resultiert, umzugehen. Sie beschreibt, wie desillusioniert die Welt von den medialen Inszenierungen wird („It wasn't love, It wasn't love / It was a perfect illusion (Perfect illusion)“) und dass das Bild, welches die Öffentlichkeit von ihr hat, nicht real und nicht echt ist. Lady Gaga ist eine Kunstfigur durch und durch und steht dazu. Den echten Menschen hinter der geschminkten, gestylten und verkleideten Facette kennt kaum jemand. Vor allem in den neuen Medien wird - in Form von Bildbearbeitung durch Photoshop; Stylisten; professionell gesetztem Licht in der Fotografie wie auch beim Videodreh und durch Schnitt und vieles mehr bezüglich aufwendiger und kostenintensiver Postproduction – aus dem Menschen vor der Kamera im Endergebnis ein weitestgehend verfremdetes Medienprodukt entwickelt. Diese gesamte Fake-Welt will die Künstlerin ihren Zuhörern näherbringen. Dies zeugt von Ehrlichkeit in großem Stil. Sie gesteht sich auch, gegenüber ihrer Kundschaft, welche sie für ihr selbstbewusstes Auftreten schätzt und es gewohnt ist, dass sie große mentale Stärke demonstriert, menschliche Schwächen ein. Durch dieses Zugeständnis und die Schwerpunktsetzung in der Thematik im Song kreiert sie einen Bruch zwischen Text- und Bildebene im Video. Schließlich zeigt sie sich im Video als sehr starke Persönlichkeit, die den Ruhm genießt und auskostet, die sich inmitten beziehungsweise vor ihrem riesigen Publikum sehr wohl fühlt und darin ihre Erfüllung findet und auslebt. Dieses Gefühl vergleicht sie wiederum mit „modern ecstasy“ und somit einem illegalem high, welches großes Suchtpotential aufweist. Nach dem emotionalen Hoch folgt, ähnlich wie nach dem Konsum von Amphetaminen, ein Calm Down, also ein Gefühlstief, mit dem es für Lady Gaga manchmal schwer sein kann, umzugehen. Hinzukommend bringt sie auch durch den Vergleich ihrer Gefühle im Text mit dem High durch chemische Drogen („I felt you touchin' me / High like amphetamine“; „in a modern ecstasy“) ein Bekenntnis zu diesen ein. Dies provoziert allein durch das Bewusstsein der Tatsache, dass der Konsum illegaler Substanzen gesellschaftlich kaum anerkannt wird. Wer nicht weiß, wie sich das besagte Drogen-High anfühlt, verarbeitet solches auch kaum in seinen Songs. Durch

diese Kombination aus Bild und Text⁷⁰ fordert die Sängerin, wie gewohnt, die moralische Provokation heraus und stellt gesellschaftliche Normen, Werte wie auch Erwartungshaltungen in Frage.



Abbildung 13: zeigt das CD-Cover⁷¹ der Single "Perfect Illusion" und stellt die Sängerin optisch tendenziell eher maskulin, androgyn, wild und rebellisch dar

Wie SXTN kommt es auch im Musikvideo von Lady Gaga zur Anwendung von Strategien, um die weibliche Rebellion zum Ausdruck zu bringen. So werden männliche Verhaltensweisen wie das Steuern eines Geländewagens oder das Dominierens des Partners auf körperlicher Ebene (2:37), wie eben beschrieben, imitiert und somit genuin männliche Rebellion übernommen, nicht zuletzt auch durch das insgesamt sehr rockige Auftreten der Künstlerin im gesamten Clip hinsichtlich ihrer Kleidung. In diesem Zusammenhang (2:37) werden auch die Machtverhältnisse zwischen den Geschlechtern überwunden und die Geschlechterdifferenz infrage gestellt. Auch Lady Gaga fordert den weiblichen Subjektstatus ein und überwindet vorherrschende Konventionen auf der visuellen Ebene.⁷²

⁷⁰ Vgl. <https://genius.com/Lady-gaga-perfect-illusion-lyrics> (10.07.2017)

⁷¹ Bildquelle: <http://coversdesigner.deviantart.com/art/Perfect-illusion-636635733> (geöffnet am 10.07.2017)

⁷² Vgl. Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 58. Bzw Vgl. Kapitel 2.1

2.1.4 Die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im deutschen Pop-Musikclip als Objekt am Beispiel Bibi H: „How it is (wap bap ...)“

Die 24-jährige Bianca Heinicke alias Bibi H gilt mit fast 4,5 Millionen Abonnenten ihres Kanals „BibisBeautyPalace“⁷³ als die erfolgreichste YouTuberin im deutschsprachigen Raum. Ihren Content befüllt sie seit fast fünf Jahren mit Make-Up und Styling-Tutorials wie auch Videos, welche sie vermeintlich privat, wie beispielsweise mit ihrem Freund Julian öffentlich zeigen. So filmt sie beispielsweise auch, wie sie diesen einigen Pranks⁷⁴ ausliefert. Insgesamt steht Bibi also für sehr leichte Inhalte und zahlreiche Produkt-Platzierungen, aus welchen sie großen kommerziellen Nutzen schlägt. Nun versucht sie sich 2017 auch als Pop-Sängerin. Ihr erster Song heißt „How it is (wap bap ...)“ und sorgte für eine riesige Kritikwelle. Mit dem Song schaffte sie es auf Platz acht⁷⁵ unter die internationalen Top Ten der am meisten negativ bewerteten Clips auf der Video-Plattform. Das Musikvideo wurde laut aktuellem Stand (10.07.2017) fast 2,5 Millionen Mal mit einem Dislike versehen. Dies entspricht etwa mehr als der Hälfte ihrer Abonnenten-Anzahl. Bei unter 400 Tausend Likes entsteht somit ein Like-Dislike-Verhältnis von eins zu sechs, was für die revolutionäre Unbeliebtheit des Songs inklusive Musikvideos spricht. Wie aus den Videobeschreibungen⁷⁶ hervorgeht, hat die junge YouTuberin den Songtext nicht selbst geschrieben, sondern vom befreundeten Sam Sommer verfasst und musikalisch entwickelt bekommen.

Der deutsche YouTuber „EsKay“, der für seinen ironisch, satirisch, zynisch bis polemisch aufgearbeiteten Content bekannt ist, bringt zum Ausdruck, für wie inhaltslos er den Text des Songs hält und fragt in diesem Zusammenhang „Jetzt mal Realtalk, was war eigentlich so die Botschaft in dem Video? [...]“⁷⁷(2:56) und eine Männerstimme aus dem On antwortet „Wap Bap“, bezugnehmend auf den vermeintlich aussagefreien Titel. Im Versuch, nach ernsthaftem Gehalt des Songs beziehungsweise einer Message zu suchen, fasst EsKay ihn folgendermaßen zusammen: „[...] mir ist aufgefallen, dass 90% einfach nur daraus bestehen, dass einfach nur in die Kamera grinst so. Bibi geht in ein Haus, hat ein paar

⁷³ <https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace> (geöffnet am 10.07.2017)

⁷⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=YbwYqNwwRbA> (geöffnet am 10.07.2017)

⁷⁵ <http://www.bild.de/unterhaltung/musik/bianca-heinicke/knackt-rekord-liste-51627154.bild.html> (10.07.2017)

⁷⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=4gSOMba1UdM> (geöffnet am 10.07.2017)

⁷⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=PjWZCOdWX80> (geöffnet am 10.07.2017)

ulkige Outfits an und grinst in die Kamera.“ (3:11). Im Folgenden parodiert er diesen Sachverhalt, indem er oberkörperfrei zum, aus dem Off hereingeschnittenen Refrain, welcher keinen vollwertigen Satz enthält, in High-Key in die Kamera grinst. Bibi schafft in ihren gewohnten YouTube Videos eine heile rosarote Welt, welche sie nun im Musikvideo in professionellerer und aufwendigerer Form, als sonst, aufrechterhält. Wie allgemein bekannt, dreht die YouTuberin ihre Videos schließlich größtenteils mit ihrem iPhone. In Anbetracht dessen erscheint dieses Musikvideo, welches schließlich einen sehr viel größeren Aufwand sowie die Arbeit eines größeren Teams bestehend aus Regisseur, Lichttechniker, Kameramann und vielem mehr, fordert, einen medialen Fortschritt für die 24-jährige zu bedeuten. Hinzu kommt die Tatsache, dass sie sich als Sängerin auch erstmals in eine, für sie neue, Branche wagt, nämlich der des Musikbusiness. EsKay kritisiert ihre gesanglichen Qualitäten:

„Das Englisch ist halt auch nicht so geil Leute. Also wenn man so ein bisschen weiß, wie man englische Wörter eigentlich ausspricht, [...]. Vielleicht hätte sie ja auf Deutsch singen sollen, aber auf Deutsch wäre natürlich aufgefallen, dass der Text keinen Sinn macht.“ (3:42)⁷⁸.

Bezogen auf diesen fehlenden Sinn vertieft er seine Auffassung:

„Was ist der erste Eindruck Leute? Die kraftvolle Message okay, die Nachricht, die rausgetragen werden sollte zu hunderttausenden von jungen Mädels und jungen Männern, und sonst die Menschen, die halt die Videos von Bibi so schauen... Die Message wird transportiert in diesem Video und diese Message ist -ich fass es einfach noch mal für euch zusammen- okay die Kernbotschaft des Videos ist einfach, falls ihr es nicht verstanden habt: ‚Wap-Bap-Ba-da-di-da-da-Wap-Bap-Ba-da-di-da-da-Wap-Bap‘. Was ich so von dem Song mitnehm‘, weißt du so, ist so, ‚Wap-Bap-Ba-da-di-da-bap. Weil normalerweise würde man ja eigentlich denken, ‚Wap-Bob-Ba-da-di-da-bop‘. So das würde man ja eigentlich denken, oder? Also normalerweise [...] Das ist eigentlich krass, oder? Jeder kann was anderes von dem Song mitnehmen [...]“ (4:56).

Ironisch fügt die Hintergrundstimme eines Mannes namens Andre im On hinzu: „Ich glaube, das was Bibi meinte, hat einfach eine tiefe Message und jeder kann da irgendwas für sich rausziehen für sein persönliches Leben und ich glaube, es verbessert auch das Leben von Menschen einfach.“⁷⁹ (5:42). Sarkastisch stimmt EsKay zu: „Auf jeden Fall. Also mein Leben ist schon deutlich besser geworden. Ich hab grad eben nachgeschaut, auf meinem Konto ist auf jeden Fall schon so die doppelte Menge Geld [...]“⁸⁰ (5:52). Insgesamt vermittelt EsKay im eben zitierten Video die

⁷⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=PjWZCOdWX80> (geöffnet am 11.07.2017)

⁷⁹ Ebd.

⁸⁰ Ebd.

verbreitete negative Kritik über Bianca Heinickes erstes Musikvideo. In dieser wird die Inhaltslosigkeit, die fehlende Message beziehungsweise Botschaft des Songs, die „harte Marketing-Strategie von Bianca Heinicke“⁸¹ bereits vor der Veröffentlichung und die Tatsache, dass sie diese Produktion in dem Wissen, kein Gesangstalent⁸² zu besitzen, eingeht. In diesem Zusammenhang steht sie nun im Verruf, aus purer Geldgier unmoralisch zu handeln. Ohne Rücksicht auf ihre, oft minderjährigen, Fans sei sie ausschließlich auf kommerziellen Nutzen bedacht. Dies problematisiert der YouTuber „AlexV“ in einem Video⁸³ genauer. Diesen erreicht das Video mit der hohen Anzahl an Klicks zweifellos. Eine derart große Masse hätte sie, ohne die derartig zur Schau gestellte Identifikation mit dem traditionellen Frauenbild, wohl kaum angesprochen beziehungsweise erreicht. Dies soll im Folgenden genauer am entsprechenden Musikvideo⁸⁴ analysiert werden.

Der Clip beginnt in der Anfangssequenz mit einer nahen Kameraeinstellung, welcher Bibis rote High-Heels, in einer Detailaufnahme über die märchenhaft grüne Bilderbuch-Wiese laufend, zeigt. Allein das Tragen dieser Schuhe steht für das Modebewusstsein der klassischen Frau, welche ihre weiblichen Reize hervorzuheben vermag. In der Totalen offenbart sich nun ihre komplette Rückansicht, in welcher sie in einem modisch geschnittenen Kleid im Blumenmuster zu sehen ist. Sie trägt einen ähnlich gemusterten, kleinen Koffer in der Hand und ihr Haar gewohnt blond, wobei sie bewusst ihren, lang herausgewachsenen, dunklen Haaransatz zeigt. Dieser erinnert an ihren Stil, sich im Rahmen ihres Channels „BibisBeautyPalace“ künstlich Schönheit durch entsprechende Ideen, Techniken, Methoden und vor allem Produkten zu schaffen. Bibis Haare sind nicht von Natur aus blond und dazu steht sie. Sie wirft sich in die Objektrolle der deutschen Konsumentin, welche sich stets darum bemüht, den trivialen Ansprüchen an eine Frau, vorwiegend an ihr Äußeres, gerecht zu werden und genau dies ist die Substanz der Problematik, welche das lyrische Ich in seinem Alltag zu bewältigen hat. Der Blick auf den Text beweist, dass sich folgende Alltagsprobleme eröffnen:

- Schlafstörungen
- Unzufriedenheit mit dem eigenen Gewicht / Körperfülle
- Beziehungsprobleme beziehungsweise -ende

⁸¹ <https://genius.com/Bibisbeautypalace-how-it-is-wap-bap-lyrics> (geöffnet am 11.07.2017)

⁸² Vgl. Ebd.

⁸³ Vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=v7MYUPURVq8> (geöffnet am 11.07.2017)

⁸⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=4gSOMba1UdM> (geöffnet am 11.07.2017)

- Stimmungsschwankungen
- „Ich stehe spät auf, ich stoße mir die Zeh“
- verpasste Anrufe
- verlorener Job
- EC-Karte wird an der Kasse nicht akzeptiert⁸⁵

Wie in der Übersetzung beziehungsweise Deutung einiger Verse des Liedes hervorgeht, gibt es unter den, jeweilig bereits grenzenlos trivialen, Aussagen keinen einzigen erkennbaren Subtext. Es handelt sich lediglich um eine Aufzählung kleiner Alltagsorgen, welche im Einzelnen keinen Weltuntergang für niemanden bedeuten würden. Allerdings häufen sich diese einzelnen Problemchen zu einer Akkumulation von Stressfaktoren und Sorgen an, welche die Stimmung des lyrischen Ichs vorerst negativ beeinflussen. Mit den meisten dieser genannten Punkte kann sich die deutsche Durchschnittsfrau identifizieren, was der großen Reichweite des Videos selbstverständlich zuträglich wirkt. Beleg dafür bietet die Statistik⁸⁶, laut welcher die Hälfte der Frauen in der BRD nicht durchschlafen kann. Die Tatsache, dass der Großteil des Textes Ausdruck des alltäglichen Bedauerns einer Frau ist, stellt diese verstärkt als das stereotypisch schwache Geschlecht dar, welches ohne männliche Unterstützung „My boyfriend quit, I'm almost dead“⁸⁷ zu verzweifeln droht. Nun wird die inhaltliche Wende im Text jedoch durch den Refrain herbeigebracht:

*„I sing:
 Wap-bap, ba-da-di-da-da
 Wap-bap, ba-da-di-da-da
 Wap-bap, ba-da-di-da-da-da
 Everybody sing:
 Wap-bap, ba-da-di-da-da
 Wap-bap, ba-da-di-da-da
 Wap-bap, ba-da-da-da-da-da“⁸⁸*

Laut der Songtext-Plattform „genius.com“ sollen diese Zeilen mit riesigem Ohrwurm-Potential die Leichtigkeit zum Ausdruck bringen, mit welcher das lyrische Ich auf alle seine einzelnen kleinen und, in dessen subjektiver Sicht, größeren Probleme blickt und sich von diesen nicht unterkriegen lässt. Der Vers „that’s just how it is“ lässt sich auf Deutsch in „so ist es nun mal“ übersetzen und sagt ebenfalls aus, dass die Sorgen nicht allzu ernst genommen werden dürfen und man auch glücklich und unbeschwert mit diesen leben kann. „Everybody sing“ kann

⁸⁵ Vgl. <https://genius.com/11779876> (geöffnet am 11.07.2017)

⁸⁶ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/628384/umfrage/probleme-beim-einschlafen-oder-schlafen-in-deutschland-nach-geschlecht/> (geöffnet am 11.07.2017)

⁸⁷ <https://genius.com/11779876> (geöffnet am 11.07.2017)

⁸⁸ Ebd.

als Aufforderung an den Zuhörer oder Zuschauer verstanden werden, ebenso stressbefreit seinen Alltag zu bewältigen, weil „[es nun mal so ist]“.

Das Musikvideo zeigt nach der Eingangssequenz, in welcher Bibi sichtlich zufrieden das Haus betritt, wie sie in ihrem Bett liegt und, wie EsKay bereits beschreibt, breit in die Kamera lächelt. Ihre Bettwäsche ist unschuldig weißgewaschen, wie auch ihr Top mit schmalen Spaghetti-Trägern. So ist das Oberteil, in der Bettwäsche getarnt, kaum zu sehen und der Anschein, sie könne nackt sein, wird erzeugt.



Abbildung 14: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“ von Bibi H zeigt das charakteristische Grinsen (2:05)⁸⁹

Allerdings deutet dies in Kombination mit der weißen Bettwäsche statt Anrühigkeit und Sexyness eher pure Unschuld an. Der Hintergrund ist mit der gemusterten Tapete gewohnt mädchenhaft magentafarben gehalten. Um ihr, größtenteils gewohnt weibliches (Teenager-)Publikum anzusprechen, zieht sich das Motiv der Rosa- über Violett bis Pinkfarben als visueller Leitfaden und Bekenntnis zum verspielten weiblichen Geschlecht durch das gesamte Musikvideo. So trägt sie stets Lippenstift, Kleidung und zu Beginn sogar ihre Sonnenbrille in entsprechenden Farbtönen. Akzente werden beim jeweiligen Outfit- wie auch Location-Wechsel mit Blau und Gold gesetzt, was die Hochwertigkeit der Produkte implizieren könnte. In Gold fällt besonders eines der Kleider auf, in welchen die Künstlerin inmitten blauer und rosafarbener Luftballons performt. Dieses Outfit unterstützt ihre Selbstdarstellung als sexy, begehrtenswerte und modebewusste weiße Frau, von Rebellion oder Aufmüpfigkeit keine Spur.

⁸⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=4gSOMba1UdM> (11.07.2017)



Abbildung 15: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“ von Bibi H zeigt sie in einem ihrer stilbewussten Outfits (2:05)⁹⁰

Zwar kleidet sie sich stets körperbetont, jedoch nie freizügig oder billig. Wirklich provokant wirkt keines ihrer Outfits. Bibi lebt in ihrer rosaroten Welt, in welcher auch nicht immer alles glatt läuft, aber „so ist das eben“. Zwischen Bild- und Textebene gibt es kaum eine Verbindung. Dies beweist beispielsweise folgende Szenerie: Während Bibi singend von einem Mann erzählt, welcher ihren Namen kennt und ihr seinen verrät, sitzt sie in einer Badewanne (2:24) voller dunkler Plastikbälle, welche etwa den Farbton ihres Haaransatzes treffen. Die Zeilen „And if we want to have some fun / Well, that's just how it is“ implizieren, mit welcher Leichtigkeit sie mit sozialen Kontakten umgeht. In Anbetracht der Tatsache, dass sie sich oft mit ihrem Freund Julian vor der Kamera zeigt, bedeutet der thematisierte kleine Flirt eine unerwartete Reaktion. Allerdings sollte die Verfasserin hierbei konstatieren, dass das lyrische Ich nie gänzlich mit der Interpretin Bibi H und schon gar nicht mit der Privatperson Bianca Heinicke gleichgesetzt werden darf.

Als weiteres Merkmal des Musikvideos, welches derart frei von Sinn und Zusammenhang daherkommt, erscheinen viele kleine magische, in der realen Welt unmögliche, Geschehnisse und Details im Bild. Diese bringen einen zauberhaften Touch in die fabelhafte Märchenwelt und belegen, dass der substanzfreie Eindruck des Produkts absichtlich und gezielt in diesem Ausmaß inszeniert wurde. *So steht es wohl in keinerlei Zusammenhang mit dem, so schon ausgesprochen*

⁹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=4gSOMba1UdM> (11.07.2017)

trivialen, Text, dass unter einem Tuch, welches einen Stuhl bedeckt und vor Staub schützt, sich plötzlich nichts als Luft verbirgt, als Bibi dieses weg zieht. Hinzukommend sonnt sie sich im Schatten vor ihrem Kamin, welcher statt Feuer ein prächtiges Aquarium zeigt (siehe Abbildung 16).



Abbildung 16: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“ von Bibi H zeigt sie bei betont sinnfreien Aktionen (1:07)⁹¹

Als neben ihr eine Vase vom Tisch fällt und zerbricht, spielt sich dieses Unglück wieder rückwärts ab (1:33) und der Gegenstand verbleibt auf zauberhafte Art unversehrt. Ohne auch nur den Hauch von Hitze zu verspüren, liest sie in einem brennend entflammten Buch (1:53). Der Inbegriff von unrealen Geschehnissen gipfelt natürlich im finalen Ende des Clips, als Bibi mit einer Leiter aus dem Haus, welchem plötzlich das Dach fehlt (3:10), dem rosaroten Himmel emporsteigt. Oben angekommen, verweilt sie und bietet dem Zuschauer, von Euphorie geladen, das charakteristische Bibi-Grinsen (3:30) dar.

Ganz anders als SXTN und Lady Gaga präsentiert sich die deutsche YouTuberin Bibi H, alias Bianca Heinicke in ihrem ersten Musikvideo zum Song „How it is (wap bap ...)“. Sie fügt sich in die Rolle der unterlegenen Frau, passt sich größtenteils den gesellschaftlichen Ansprüchen der Deutschen an und fordert keinerlei moralische Provokation. Sie setzt sich mit keiner Problematik vorherrschender Geschlechterdifferenzen auseinander und versucht sich auch nicht in Imitation genuin männlicher Verhaltensweisen zum Ausdruck jeglicher Rebellion. Sie hält ihr Image aufrecht, sich in ihrer rosaroten Social Media Welt wohlfühlen. Sie ist bekannt für ihre Beauty-Tutorials, welche wohl der Inbegriff der Inszenierung einer künstlich geschaffenen Weiblichkeit sind. Mit diesen Tipps vermag sie ihren Zuschauerinnen dabei zu helfen, dem gesellschaftlichen Ideal möglichst nahe zu kommen. Dies beweist eine große Akzeptanz ihrerseits für die vorherrschende

⁹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=4gSOMba1UdM> (11.07.2017)

Auslegung der Geschlechterbilder. Sie fügt sich dem Frauenbild anstatt zu rebellieren oder zu provozieren, wie es sich Conchita Wurst, SXTN und Lady Gaga zur Aufgabe gemacht haben.

2.1.5 Die Repräsentation des Androgynen im Pop-Musikclip als Objekt am Beispiel Conchita Wurst: „Colours Of Your Love“

Vor drei Jahren wurde Tom Neuwirth als Travestiekünstler Sieger des Eurovision Songcontest und verursachte somit, neben der massenhaften Bestätigung, welche ihm zum Sieg verhalf, zahlreiche kritische Stimmen. Trotz der gestiegenen Toleranzgrenze in der Gesellschaft stößt das Wesen des uneindeutig Geschlechtlichen heute noch auf viel Ablehnung. Immerhin gilt Conchita Wurst als die erste Drag-Queen, welche einen derart großen medialen und somit kommerziellen Erfolg verzeichnet. Neben dem großen Gesangstalent führt auch das qualitativ hochwertiger inszenierte und somit natürlicher wirkende Erscheinungsbild zu dieser internationalen Anerkennung.



Abbildung 17: Optischer Vergleich zwischen Conchita Wurst(links)⁹² und der deutschen Olivia Jones(rechts)⁹³

⁹² Bildquelle: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/pop/album-der-woche/esc-gewinnerin-conchita-wursts-debuetalbum-conchita-13594202.html> (12.07.2017)

⁹³ Bildquelle: <http://www.ok-magazin.de/fotostrecken/1457/lambertz-schoko-und-fashion-party-25934-id-188372.html> (12.07.2017)

Im Vergleich sieht die deutsche Olivia Jones sehr viel künstlicher aus und wird somit als Künstlerin weniger ernst genommen. Abgesehen vom Bart, sieht die Kunstfigur Conchita (siehe Abbildung 17) schließlich insgesamt sehr weiblich und elegant aus. Als bisher international erfolgreichste Drag-Queen steht hinter den Produktionen ihrer Musikvideos selbstverständlich ein größeres und professionelleres Team, welches sie bei ihrer medialen Inszenierung unterstützt. So bedeuten auch ihre Musikvideos etwas bisher, in dieser Form, nie dagewesenes. In einem ihrer aktuellsten Musikvideos⁹⁴ zum Song „Colours Of Your Love“ soll die Art und Weise, wie sie als Frau mit Bart dargestellt wird, genauer analysiert werden.

Musikalisch startet der Song als milder und ruhiger Pop-Song, steigt ein mit Klavierspiel und Conchitas sanfter Stimme. Er entpuppt sich jedoch explosionsartig als eine besonders pure elektronische Dance Nummer. Diese musikalische Wende steht im Zusammenhang mit dem Wandel der Gefühlswelt des lyrischen Ichs, welcher im Songtext folgendermaßen beschrieben wird: ⁹⁵

Inhaltlich behandelt der Song die emotionalen Höhen und Tiefen, welche durch das Empfinden von tiefer Liebe hervorgerufen werden. Somit bringt der Text keine revolutionären Ideen hervor, sondern kreierte eher durch seine unkonventionelle Verarbeitung beziehungsweise die Interpretation durch eine Frau mit glöcklicher, heller Stimme und schwarzem Vollbart etwas Besonderes. Der Song startet mit den Versen „I built a castle 'round my heart / I wear my courage like a mask“⁹⁶. Die Verfasserin interpretiert in diese, dass das lyrische Ich sich emotionale, nahezu stoische Unantastbarkeit erarbeitet hat. Das lyrische Subjekt, an dessen Stelle die Kunstfigur Conchita, jedoch keinesfalls die Privatperson Tom Neuwirth, tritt, schafft sich eine emotionale Stabilität und will sich nicht weiter angreifbar machen. Sie will es verhindern, erneut durch eine geliebte Person verletzt zu werden. Verletzbar macht sich schließlich nur, wer sich für Gefühle, beispielsweise in Form von Liebe, für einen Menschen öffnet und diese zeigt. Die Gefühle für das lyrische Objekt, welches die Liebe empfangen hat, erscheinen, gemäß des Songtitels „Colours Of Your Love“, in vielen verschiedenen Farben. Diese Farben sind eine Metapher, also ein sprachliches Bild für die vielen Facetten der besagten Empfindungen. Liebe und Hass sind leidenschaftliche Gefühle.

⁹⁴ https://www.youtube.com/watch?v=26B_7L2iVmA (12.07.2017)

⁹⁵ <http://leosigh.com/conchita-wursts-colours-of-your-love-a-gorgeous-electronic-dance-number-video/> (12.07.2017)

⁹⁶ <https://genius.com/Conchita-wurst-colours-of-your-love-lyrics> (14.07.2017)

Jemand, der keine emotionale Relevanz für einen anderen Menschen hervorruft, kann in diesem Sinne weder geliebt, noch gehasst werden. In diesem Zusammenhang, dass der Song die emotionalen Hochs und Tiefs behandelt, geht es um Liebe, Freude, Hass, Enttäuschung, Wut, Traurigkeit und inwiefern die, einst emotional bewegliche beziehungsweise labile, Kunstfigur Conchita für diese Empfindungen empfänglich war. Dies gipfelt im Refrain:

“And my heart is like a battlefield
 You made me surrender
 And you light me up like gasoline
 Your love is like friendly fire”⁹⁷

Der Vergleich ihres Herzes mit einem Schlachtfeld versinnbildlicht den Zerstörungsgrad auf emotionaler Ebene. Der Kampf um die Liebe wurde verloren und es bleibt nichts als Schutt und Asche, die zerstörten Überreste übrig. Ein emotionales Wrack, ein verletzter Mensch spricht zum Hörer und bezeichnet sich selbst als jemand, der aufgegeben hat. Versagensbekundungen kommen zum Ausdruck. Die dritte Zeile lässt sich mit „Und du entzündest mich wie Benzin“ übersetzen. Dieser Vergleich untermauert die Macht, welche das lyrische Objekt dadurch besitzt, dass es den Mittelpunkt der Gefühlswelt des Subjekts darstellt. Später folgen im weiteren Verlauf des Songs die Verse „I paint my life in red and gold / Like the colours of your love“⁹⁸. Diese beschreiben, wie bereits in diesem Kapitel behandelt, die verschiedenen Facetten der Liebe. Gold steht für etwas sehr hochwertiges, wertvolles, teures, besonderes und rot für Wärme, Feuer und Leidenschaft. Das Lied endet mit dem Outro, welches dem Refrain entspricht, abgesehen von dem allerletzten Vers, welcher durch die Aussage „I'm dying in your friendly fire“ ersetzt wird. Das lyrische Subjekt hat im Kampf um die Liebe nicht nur insofern versagt, dass es aufgegeben hat, sondern dass es stirbt. An dieser Stelle interpretiert die Verfasserin, dass es sich nicht zwangsläufig um den Verlust des Lebens, sondern den Verlust der Fähigkeit, im weiteren Verlauf des Lebens noch einmal tiefe Gefühle wie Liebe zu empfinden, handelt. Dies bezieht sich auf den Beginn des Songs, in welchem ein Schloss das Herz vor Eindringlingen und somit Zerstörung schützt. Der Mut, welcher in der ersten Strophe beschrieben wird, wird nur als Maske getragen und trägt zur Aufrechterhaltung einer starken Fassade bei.

⁹⁷ <https://genius.com/Conchita-wurst-colours-of-your-love-lyrics> (14.07.2017)

⁹⁸ <https://genius.com/Conchita-wurst-colours-of-your-love-lyrics> (14.07.2017)

Das Musikvideo ist in den Farben Schwarz und Weiß gehalten, Gegensätze wie die beschriebenen Empfindungen. Die Verfasserin erkennt in diesem Stil ein bewusst eingesetztes Paradoxon: Der Titel ruft Assoziationen verschiedener bunter Farben hervor, das Video enthält auf der Bildebene jedoch ausschließlich, in der Farbenlehre, sogenannte „unbunte Farben“. Dies bedeutet, dass die Farben allesamt auf der Grauskala liegen⁹⁹.



Abbildung 18: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „Colours Of Your Love“ (1:22) von Conchita Wurst bildet die Kombination aus weiblichen mit männlichen Ausdrucksmitteln

An dieser Stelle interpretiert die Verfasserin weiterhin, dass die Grautöne, in denen das gesamte Video gehalten ist, in Verbindung stehen kann mit der Grauzone, in welcher sich die Künstlerin in der Repräsentation ihrer Selbst bewegt. Sie lässt sich weder als männlich noch als weiblich klar definieren. Die informierte Öffentlichkeit kennt den männlichen Ursprung des Tom Neuwirth und versucht dies in Einklang zu bringen mit dem, überwiegend weiblich erscheinendem, Bild, welches Conchita in den Medien von sich selbst vermittelt. In diesem Zusammenhang wird von ihr auch meist in Anwendung des Pronomens „sie“ statt „er“ medial berichtet. Die Abbildung 18 zeigt ein Wesen, dessen Bärenanteil weibliche Attribute zugeschrieben werden können. Langes, gepflegtes Haar, dramatisch lange Wimpern, perfektes Augen Make-Up, akkurat zurecht gezupfte Augenbrauen, mit Perlen versehener Kopfschmuck und blumenhafte Rüschen, welche ihren Kragen kleiden, werden in der Inszenierung einer einzi-

⁹⁹ Vgl. <http://www.spektrum.de/lexikon/geowissenschaften/unbunte-farben/17238> (14.07.2014)

gen Person vereint. All diese Elemente ihres Stylings werden traditionell ausschließlich Frauen zugeschrieben und eröffnet. Nun erfährt dieses weibliche Erscheinungsbild allerdings einen gewaltigen Stilbruch durch den naturgewachsenen Bart. Conchita will bewusst das Bild der Geschlechterrollen in den Köpfen der Zuschauer infrage stellen und aufwerfen. Im gesamten Verlauf des Videos spielt sie mit der Darstellung von jeweils typisch weiblichen und männlichen Attributen. Diese werden teilweise voneinander getrennt abwechselnd oder miteinander kombiniert gezeigt. Die revolutionärste Kombination bedeutet hierbei stets sie selbst, beispielsweise in einem engen, feminin eleganten Kleid (0:46).

Die Anfangssequenz zeigt ein vollkommen weißes Bild (0:02), welches die Verfasserin mit Reinheit und einer gewissen Unschuld assoziiert. Conchita ist von hinten in einem bodenlangen, wallenden, weißen Kleid mit Schleier zu sehen und befindet sich dabei in einer weißen Umgebung, welche mit einer scheinbar reinen, heilen Welt und einer Hochzeit in Verbindung gebracht werden kann. Dieses Bild wurde in High-Key gedreht, also im „Beleuchtungsstil der maximalen Sichtbarkeit“ in einer grundsätzlich sehr „[hellen Szene]“ was in seiner filmischen Anwendung „[im allgemeinen Glück und Hoffnung betont]“¹⁰⁰.

Auf dieses Bild folgt ein auffällig harter Schnitt in ein Bild (0:06) im Low-Key-Stil, wobei „[geringe Aufhellung, dunkle Hintergründe und niedriges Helligkeitsniveau im Szenenraum den visuellen Eindruck bestimmen.]“¹⁰¹ Es entsteht also ein starker Bruch von der hellen, weichen, zarten ersten Szene in die zweite dunkle und kontrastreiche. In dieser zeigt sich Conchita von vorn und wirkt im entsprechend dunklen Licht und Lederjacke verhältnismäßig maskulin und stark. In den wenigen ersten Sekunden des Videos werden die beiden Kontraste, welche Conchita verkörpert, dem Zuschauer filmisch dargeboten. Weiblich und männlich werden unmittelbar aufeinander geschnitten und in ihren jeweiligen Facetten eindrucksvoll in ihren jeweiligen Extreme, also Schwarz gegen Weiß, präsentiert. Es folgt ein Fade to black und somit der Übergang in die nächste Szene.

¹⁰⁰ Vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1726> (geöffnet am 17.07.2017)

¹⁰¹ Vgl. Ebd.

Conchita bewegt sich langsam im Tempo der Musik durch einen weißen Raum und tritt hinter einen grauen Vorhang (0:14) und anschließend aus diesem wieder hervor. Die Verfasserin erkennt hierin die Versinnbildlichung des Gefühls, sich zwischen der metaphorischen schwarzen und weißen Welt hin und her zu bewegen. Das Musikvideo wird im weiteren Verlauf gefüllt mit vielen kurzen Sequenzen, in welchen unter anderem auch Conchita Wurst wiederholt auftaucht und sich teilweise verändert gekleidet präsentiert. Hierbei wird der Stil der Farbsetzung im Clip stets beibehalten: Weiß repräsentiert als Farbe weiterhin das weibliche, weiche, strahlende, zarte und Schwarz das männliche, starke, kantige. Entsprechend werden ein Smoking mit Krawatte und Dienstabzeichen in Sternform, was für ein Statussymbol des Mannes steht; Waffen plus Munition (0:35); ein Cowboy-Hut und die zugehörigen drei reifen Männer in Low-Key gezeigt.



Abbildung 19: Screenshot aus dem Musikvideo zum Song „Colours Of Your Love“ (0:41) von Conchita Wurst zeigt das Männerbild, welches vermittelt wird.

Als weibliches Motiv taucht, stets wiederkehrend, eine grazil gebaute Frau im weißen, figurbetonten Body (0:47) auf weißem Sandboden auf. Sie verkörpert das Gegenstück zu den kühlen, etablierten, rational und solide wirkenden Männern aus Abbildung 19. Im Gegensatz zu den steifen Männern befindet diese sich in ständiger Bewegung in Form von expressionistischem, gefühlsbetontem

und emotionsgeladenem Tanz. Kurz vor dem Drop, also dem „Teil in einem Musikstück, bei dem sich die Musik zunächst bis zum Höhepunkt steigert“¹⁰², verkürzt sich der Abstand zwischen den Schnittbildern dramatisch. In dem Moment, in dem die „[kurze Pause einsetzt und die Bassline nicht weiterläuft, bevor die Musik schlagartig in vollem Umfang zurückkehrt]“¹⁰³, wird das Bild von Conchita in langsamer Bewegung (1:15) in Low-Key erstmals wieder länger ohne Umschnitt dargeboten. Dies betrifft übrigens den Teil des Songs, nachdem die Pop-Ballade in die Electronic Dance Nummer übergegangen ist. Wenn das Tempo sich wieder verlangsamt und die Musik sanfter und ruhiger wird, kehrt auf der Bildebene äquivalent dazu wieder das weiße Bild im Low-Key Stil zurück und repräsentiert das weibliche Geschlecht. Nachfolgend wirft Conchita, in einer Badewanne liegend, Rosenblätter in Richtung Kamera, welche aus der Vogelperspektive filmt. Durch diese Sicht von oben auf sie drauf erscheint sie hierarchisch eher untergeordnet. Sie sendet Liebe symbolisch in Form von Rosen dem Betrachter entgegen. Hierbei verkörpert sie die empfindsame und gefühlvolle Frau. Nachfolgend schaut sie Männern dabei zu, wie diese in Zeitlupe (1:43) scheinbar vom Himmel fallen. Dieser Eindruck wird filmisch durch die jeweiligen Umschnitte von den fallenden Männern auf Conchita im Hochzeitskleid, welches nun erstmals von vorn gezeigt wird, erzeugt. Hinzukommend bewegt sich ihr Gesicht inklusive ihrer Augen im Tempo der fallenden Männer in gewohnt dunkler Kleidung von oben nach unten, was den beschriebenen Effekt verstärkt. Die, im Anzug gekleideten, Männer tragen während des Falls betont kantig geformte Masken, welche sich deren individueller Gesichtsform in keinsteter Weise anpasst. Die Verfasserin deutet dies insofern, dass ihnen nicht nur eine jeweils individuelle Persönlichkeit fehlt, sondern auch deren Emotionen nicht gezeigt werden, indem das Gesicht verhüllt bleibt. Durch diesen Mangel an Charakter gelten sie als austauschbar und Conchita lässt sie wortlos zu Boden sinken, was Verlust und Niederlage bedeutet. In einem ärmellosen Oberteil sieht die Künstlerin verhältnismäßig androgyn (1:58) aus, da ihre Brust eher flach und männlich erscheint. Sie springt zwischen den Geschlechterrollen und spielt mit den jeweiligen Attributen. Während die Musik wieder in Richtung Drop zuspült und sich die Abstände zwischen den Schnitten auf das Tempo der Musik herunterkürzen, nimmt sie an diesem dramaturgischen Höhe- und Wendepunkt genau die Maske, welche die Männer zuvor trugen, von ihrem Gesicht und eröffnet somit ihre Gefühle und macht sich verletzlich wie auch angreifbar,

¹⁰² <http://www.tilllate.com/de/story/dj-fachjargon> (17.07.2017)

¹⁰³ Ebd.

was wiederum auf den Textinhalt verweist. Es geht um das gebrochene Herz und die verletzten Gefühle, nachdem sich das lyrische Ich auf eine geliebte Person eingelassen und für diese mental geöffnet hat. Nachfolgend zeigt sie sich in femininer Kleidung, einem glitzernden figurbetonten Kleid, mit betont wütendem Gesichtsausdruck (2:51) und anschließend durchgängig bis zum Schluss tendenziell traurig. Hierbei wird auch die Musik wieder poppiger, langsamer, ruhiger und sanfter, während sie auf der Textebene vom schlussendlichen endgültigen Scheitern singt: „I'm dying in your friendly fire“¹⁰⁴. Das Schlussbild ist weiß und versinnbildlicht die weibliche Schwäche.

Im Gesamteindruck vermittelt Conchita Wurst als Travestiekünstler das Bild einer starken Frau, welche sich ihrer Emotionalität bewusst ist und entsprechend auch empfindsam, menschlich und verletzbar zeigt. Sie gibt ihre Schwächen zu und versucht sich gegen ihr gebrochenes Herz stark zu machen, leider scheitert sie jedoch am Ende. Sie imitiert nicht nur männliche Attribute, sondern verkörpert diese von Natur aus, da Tom Neuwirth als Mann geboren ist. Diese männliche Grundlage reichert sie mit „sogenannten weiblichen Qualitäten“ an und „verankert somit die Selbstbehauptung der Frau“ in der, von ihr in dieser Form, erstmals neu kreierten, „zweigeschlechtlichen Denkweise“¹⁰⁵. Keine der, zuvor behandelten, Künstler(innen) betreiben das postmoderne „Umarbeiten weiblich konnotierter Repräsentationsweisen“ in solch großem Stil wie Conchita durch ihren Bart. Infolgedessen stellt auch sie die Geschlechterdifferenzen infrage, da sie beide Geschlechter in einem Körper vereint. Es kommt zur „Umdeutung und Erweiterung weiblicher Ausdrucksweisen“ und vor allem durch ihr äußeres Erscheinungsbild zur „visuellen Überwindung von Konventionen“. Tom Neuwirth hat mit seinem künstlichen Ich namens „Conchita Wurst“ ein revolutionäres, zuvor in dieser Form nie dagewesenes, Frauenbild in den internationalen Medien erschaffen, welches auch kommerziell großen Erfolg verzeichnet.

Da die Verfasserin innerhalb ihrer Arbeit einen gewissen Anspruch an Aktualität erhebt, merkt sie an dieser Stelle an, dass Herr Neuwirth kürzlich medienwirksam bekannt gegeben hat, mit seiner weiblichen Phase und somit auch mit seiner Arbeit als Conchita Wurst abgeschlossen zu haben und sich ab sofort wieder als Tom von seiner natürlichen männlichen Seite zu zeigen. „Denn jetzt zeigt Neuwirth immer öfter, wie es unter Conchita aussieht. Nämlich ganz schön

¹⁰⁴ <https://genius.com/Conchita-wurst-colours-of-your-love-lyrics> (14.07.2017)

¹⁰⁵ Vgl. Helms, Dietrich (2003). Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Bielefeld: transcript Verlag, Seite 58.

verwegen, wild und rockig.“¹⁰⁶ Der anonyme Verfasser des Artikels der österreichischen Seite von gmx erläutert, passend zum Thema des Kapitels „Die Repräsentation der Geschlechterrollen im Musikclip:

„Neuwirth schuf die exzentrische Mann-Frau-Diva 2011, um ein Zeichen gegen Diskriminierung zu setzen. So wollte er überholte Rollenvorstellungen ins Wanken bringen und Menschen dazu anregen, sich toleranter mit den Themen Anderssein und sexuelle Orientierung auseinanderzusetzen. [...] Tom Neuwirth sieht sich nämlich selbst – anders als der von ihm zum Leben erweckte glamouröse Gender-Mix – ganz klar als Mann. [...] Seine Botschaft bleibt zum Glück ohnehin unsterblich: Es ist wurst, woher du kommst, wie du aussieht oder wen du liebst!“¹⁰⁷

2.1.6 Fazit aus den Analysen der fünf verschiedenen Repräsentationsweisen der Frau im Musikvideo

Da jeder Mensch seine eigene persönliche Realität lebt, wirken auch die verschiedenen, in den Medien angepriesenen, Frauenbilder auf jeden Rezipienten anders. Dies hängt sowohl vom Umfeld, welches stets prägt, als auch von dessen finanziellem Status ab. Konkret ausgedrückt, fühlt sich ein Mann mit Status und Geld eher in der Position, die Situation, welche in „Swalla“ dargeboten wird, ausleben zu können, als ein Mann mit kaum verfügbaren finanziellen Mitteln. Da dieser sich dennoch gedanklich mit diesem Bild auseinandersetzen kann, steuert es möglicherweise dennoch die Herausbildung seiner Wünsche und Fantasien. Dies wiederum mag Einfluss auf sein Selbstbild und sein Verhalten gegenüber Frauen haben, ebenso auch auf die Präferenzen seiner Damenwahl beziehungsweise auf sein sogenanntes Beuteschema. In „Swalla“ sind ausschließlich Frauen dargeboten, welche dem internationalen Schönheitsideal einer Frau am nächsten kommen: Sie sind leicht bekleidet, fancy gestylt, zeigen weiblichen Rundungen an den richtigen Stellen und bewegen sich ausgesprochen körperbetont.

Diese klassische Art der Weiblichkeit wird ebenfalls in Bibis Selbstinszenierung zur Schau getragen. Sie zeigt sich ebenfalls stets bemüht, in das klassische Rollenbild der Frau zu passen und den Idealen des Mannes zu entsprechen. Diesem Anspruch wird sie, wie in ihrem Text „My boyfriend quit, I'm almost dead / [...] I

¹⁰⁶ <https://www.gmx.at/magazine/unterhaltung/stars/conchita-wurst-stylisch-tom-neuwirth-angekündigten-tod-kunstfigur-32326900> (geöffnet am 18.07.2017)

¹⁰⁷ Ebd.

feel so fat“¹⁰⁸ zum Ausdruck kommt, leider nicht gerecht, zeigt sich aufgrund dessen sogar niedergeschlagen und bringt alltägliche Minderwertigkeitskomplexe zum Ausdruck. Die allgemeine Auffassung, eine, von der Norm abweichende, Frau sei in der Gesellschaft und auf dem Partnermarkt weniger wert, wird in Bibis Song inklusive Musikvideo, weiter unterstützt und zielgruppenorientiert an die Jugend weitergetragen. Der moralischen Verwerflichkeit dieser Medienbotschaft dürfte sich jeder Erwachsene Rezipient wohl bewusst sein. Der Grund dafür, dass sich Bibi, ihr Manager, ihre PR-Berater etc. dennoch für die rücksichtslose Inkaufnahme der Risiken für zahlreiche jugendliche Psychen entschieden haben, liegt wohl offensichtlich im kommerziellen Gewinn des Musikvideos. Dieses soll selbstverständlich eine große Masse an Publikum ansprechen, um den umfangreichen Profit gewährleisten zu können. Aus dieser Tatsache heraus erklärt sich auch die ausschließliche Thematisierung von Alltagsproblemen der deutschen Durchschnittsfrau im Song. Hinzukommend impliziert die Message des Verses „that’s just how it is“, dass das Stärkste, was eine Frau in diesem Zusammenhang leisten kann, darin besteht, dass sie Negatives hinnimmt, statt es anzupacken und eine Änderung herbeizuführen. Unterm Strich lässt sich zu diesem Musikclip die These konstatieren, dass die Inszenierung der konventionell schwachen Frau noch heute, in Zeiten von Frauenquote und Emanzipation, den größtmöglichen finanziellen Gewinn generiert. Diese Behauptung untermalt die Verfasserin in Anmerkung der Tatsache, dass Bibi H. als die erfolgreichste deutsche YouTuberin gilt.

SXTN und Lady Gaga repräsentieren immerhin eine sehr viel unkonventionellere Weiblichkeit. Zwar zeigen sie ihre Körpersilhouette und, in Maßen, auch Haut, jedoch lassen sie sich in keinster Weise in die passive oder gar schwächelnde Objektrolle einfügen. Es existiert keine Schublade, der sie zugehörig scheinen. Sie reichern ihre naturgegebene Weiblichkeit mit männlichen Attributen in Form von charakteristischer Kleidung und entsprechenden Verhaltensweisen an und bringen somit eine gewisse Autonomie und Dominanz zum Ausdruck. Sie sind sich ihrer optischen Reise bewusst, nutzen diese jedoch nicht, um den Ansprüchen des männlichen Geschlechts gerecht zu werden, da sie deren Wert in ihrer Musik unkonventionell herabsetzen.

Wer sich von dem zweigeschlechtlichen Bild, welches Conchita Wurst in ihrem Musikvideo repräsentiert, emotional angezogen fühlt, macht sich über die, eben

¹⁰⁸ <https://genius.com/11779876> (geöffnet am 11.07.2017)

beschriebenen, Problematiken tendenziell weniger Gedanken. Eine vollkommen revolutionäre und dennoch respektierte, Kombination der Geschlechter wird hierbei durch die Medienwelt getragen und international verbreitet. Ein Umdenken in der Gesellschaft wurde provoziert und die Toleranzgrenzen ausgeweitet. Insofern bietet Conchita die mutigste Form der *weiblichen Selbstdarstellung durch einen Mann*.

3 Weiterführende Gedanken: Welche Auswirkungen hat das klassische Frauenbild in den Medien?

„Die Frau als Model, der Mann als Macho – findet man diese Klischees noch immer in den Medien?“¹⁰⁹. Definitiv, wie in Kapitel 2 belegt, insbesondere im Clip zu „Swalla“. „Prägen solche Stereotypen nach wie vor die Frauen- und Männerbilder – oder gibt es inzwischen neue und differenzierte Geschlechtskonzeptionen?“¹¹⁰. Sowohl als auch: Differenzierte Konzeptionen zeigen SXTN, Lady Gaga wie auch Conchita Wurst auf. Die Geschlechterbilder werden dennoch durch die stereotypen Normen in den Köpfen der Gesellschaft geprägt. Diese geben nach wie vor Richtwerte vor. Grob betrachtet weiß jeder, wie Mann und Frau idealerweise auszusehen haben und sich verhalten sollten. Daran anknüpfend fällt für das Individuum die Entscheidung, ob es sich dem fügen und anpassen möchte oder Charakterstärke wie auch Persönlichkeit beweisen will, indem es bewusst provoziert und kontrakonform läuft. In diesem Zusammenhang vertreten beispielsweise SXTN die Abweichung von der Norm in Form von Rebellion inklusive Aufmüpfigkeit. Bibi H dagegen bewegt sich innerhalb des Rahmens, welchen die gesellschaftliche Norm und das konventionelle Frauenbild vorgeben. Die Verfasserin konstatiert, dass die klassischen Stereotypen sowohl die Männer- und Frauenbilder prägen, als auch dafür sorgen, dass Andersdenkende ihre persönlichen, differenzierten Geschlechtskonzeptionen nach außen tragen. Allerdings lässt sich die These aufstellen, eine Frau, welche den Rezipienten optisch nicht anspricht, erreiche eine geringere Reichweite. Man hört ihr nicht zu, da sie nur aufgrund ihrer Attraktivität - oder im Falle Conchita Wurst aufgrund des sonderbaren, des skurrilen - die nötige Aufmerksamkeit bekommt. Diese bietet schließlich die Basis für die Rezeption der inhaltlichen Message. In diesem Zusammenhang behauptet die Verfasserin, nur schöne Frauen seien dazu prädestiniert, sich in der Medienwelt durchzusetzen: „Ihr könnt ins Hotelzimmer rein und in die Musikvideos auch – außer, wenn ihr hässlich seid“¹¹¹. Diese, bereits behandelten, Verse aus dem ironisch aufgearbeiteten Song „Bad Boy“ von Edgar Wasser implizieren die Wertlosigkeit einer unattraktiven Frau in den neuen

¹⁰⁹ Hackl, Christiane (1996). Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 7.

¹¹⁰ Ebd.

¹¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=JGM5a6-77o4> (geöffnet am 01.07.2017)

Medien. Das Rap-Duo SXTN, welches im selben Musik-Genre wie Wasser wirkt und ebenfalls unkonventionelles Gedankengut propagiert, stellt dem im Song „Hass Frau“ entgegen: „Wenn du hübsch bist, kann ich dich nicht ernst nehmen“¹¹² (2:07). Infolge dieser beiden Zitate lässt sich das Fazit ziehen, dass einer Frau im Musik-Business sowohl Schönheit als auch der Mangel dessen zum Verhängnis werden kann. Entweder wird der „hässlichen“ Frau im Musikvideo, referierend an den Song „Bad Boy“, kein Anspruch auf Teilhabe eingeräumt, oder aber sie ist so schön, dass der männliche Adressat ihren optischen Reizen erliegt und sie somit bezüglich ihrer fachlichen Kompetenz „[nicht ernst genommen werden kann]“¹¹³. Eine Pattsituation ergibt sich hinsichtlich dieser Betrachtungsweise.

„Die Frau sei schön, der Mann sei stark! So lautet die Botschaft der Medien.“¹¹⁴. SXTN werfen diese These mit der Aussage „Wir sind asozial und geil – ihr seid nur asozial“¹¹⁵ auf und stellen die Stärke des Mannes infrage, nicht aber jedoch ihre eigene Attraktivität. Somit verpassen sie dem Ganzen einen eigenen Turn und stellen sich hierarchisch über das männliche Geschlecht. Sie erachten sich selbst als stärker und spielen verbal mit der Situation, dass sie sich in einer Männerdomäne bewegen:

„Insbesondere da es sich bei dem Rapduo SXTN um zwei Frauen handelt, empfinden manche ihre Songs als asozial, da die vulgäre Ausdrucksweise sowie Rap allgemein männerdominierte Bereiche sind und dementsprechend von Frauen eher ungewohnt.“¹¹⁶

Somit untermalen auch die beiden Rapperinnen die These, dass der Mann als neutraler Standpunkt unverändert besteht und die Frau an seinen Attributen vergleichend analytisch gemessen und dadurch bewertet wird: „Männer existieren, wenn überhaupt, nur als eine Art Nullpunkt, an dem man das „andere“ Geschlecht mißt – sie haben sich zu einem menschlichen Abstraktum aufgelöst.“¹¹⁷. Dabei wird der Frau weniger Handlungsspielraum, beziehungsweise ein kleinerer Rahmen zugewiesen, innerhalb welchem sich ihre Bedürfnisse, Wünsche, Träume,

¹¹² <https://www.youtube.com/watch?v=QdZBTnOiMTo> (geöffnet am 27.07.2017)

¹¹³ Ebd.

¹¹⁴ Hackl, Christiane (1996). *Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien*. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Klappentext.

¹¹⁵ <https://genius.com/Sxtn-die-fotzen-sind-wieder-da-lyrics> (geöffnet am 27.07.2017)

¹¹⁶ <https://genius.com/11767837> (geöffnet am 27.07.2017)

¹¹⁷ Hackl, Christiane (1996). *Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien*. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 7.

Ziele und Ideale bewegen. Conchita Wurst behandelt im Song „Colours Of Your Love“ beispielhaft die Liebe und ihre eigenen Gefühle für einen anderen Menschen.

„Auf der Handlungsebene sind Frauenfiguren – wie in den meisten populären Filmgenres – stärker stereotypisiert gezeichnet als die männlichen Protagonisten. Während Männer auch in Lied und Tanz von Freiheit, Aufbruch und Karriere, Männerfreundschaft und Abenteuer erzählen, träumen Frauen hauptsächlich von Romanze, Liebe und Happy-End in der Ehe.“¹¹⁸

Auch der Titel von Bibi H. untermauert diese These, da der Song „How it is (wap bab ...)“ ausschließlich von trivialen Alltagsproblemen einer bürgerlichen Frau handelt und dabei keinerlei Freiheitsbestreben, sexuelles Verlangen oder Abenteuerlust zum Ausdruck bringt. Bibi H. bedient ganz klar das Genre der „sanfteren, melodioseren Popklänge“¹¹⁹, welche, als charakteristische Gegenströmung zum Punk und zum Rock, eine sehr viel passendere Sphäre für Weiblichkeit bieten. „Frauen stehen in dieser harten Welt des Rock tatsächlich nur eingeschränkte Möglichkeiten offen.“¹²⁰ Typisch für die seichte Popmusik, rückt, anstatt von tiefgründigem Inhalt, eher „die Betonung von Künstlichkeit auch die visuelle Ebene stärker in den Mittelpunkt.“¹²¹ Bibi H. legt, entsprechend ihres Images als Beauty-YouTuberin und in „[Orientierung am Mainstream, mehr Wert auf Stil und Glamour als auf Echtheit]“¹²². Der Text stammt nicht aus ihrer eigenen Feder und hat insofern auch wenig mit ihrer echten Persönlichkeit zu tun. Bei männlichen Rockmusikern scheint es schon öfter der Fall zu sein, dass diese ihre eigene Seele aus den Lyrics sprechen lassen. Stilgefühl und Glamour werden durch ihre verschiedenen, modebewussten und farbenfrohen Outfits im Clip betont. Vor allem das goldene Glitzer-Kleid verbildlicht dieses klischeehafte Element der Popkultur. Die Verfasserin verweist hierbei auf die Abbildung Nummer 15. Die, im Fall der Beauty-Bloggerin, „künstlich-kommerzielle Fabrikation eines Star-Images zum Beispiel durch theatralisches Spiel, durch Mode und Make-Up“

¹¹⁸ Bechdorf, Ute (1996). *Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien*. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 280.

¹¹⁹ Ebd.

¹²⁰ Ebd.

¹²¹ Vgl. Bechdorf, Ute (1996). *Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien*. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 283.

¹²² Vgl. Ebd.

bedeuten ein „Zugeständnis an den Markt“ und werden „als Ausverkauf der „richtigen“ Werte verurteilt.“¹²³ Diese These wird untermalt durch den Fakt, dass Bianca Heinicke als kommerziell erfolgreichste deutsche YouTuberin gehandelt wird. Nicht grundlos enthalten ihre Videos die, für sie charakteristisch, hohe Zahl an Produkt-Platzierungen. Ergo: mit kommerzieller und inhaltlich minderwertiger Musik, welche trivialen und banalen Content aufweist, wird ein falscher Schein erschaffen, welcher potentiell eine höhere Anzahl an Rezipienten anspricht und somit mehr Profit generiert. Dies basiert auf der Verarbeitung der konventionellen Rollenverteilung und stellt die Popsängerin in der Position der klassischen Frauenrolle dar. Hierbei „[erschaffen und manipulieren Produzenten einzelne Starfiguren]“¹²⁴ und „[richten sich eher an Frauen und Mädchen sowie Wenighörer]“¹²⁵.

Abschließend zum Thema Ausdruck von Weiblichkeit im Musikvideo, insbesondere im Pop plus zur Frage „Welche Auswirkungen hat das klassische Frauenbild in den Medien?“, erscheint der Verfasserin folgendes Zitat angebracht:

„Pop [erscheint] als Betonung der Maskerade, des Künstlichen, Emotionalen, als „weiblich“ Konnotierten. Das Wunschbild der Androgynität spielt dabei eine große Rolle: Männer wie [Tom Neuwirth] inszenieren sich als feminine Künstler, während Frauen wie [Juju und Nura von SXTN] Maskulinität in ihre Images integrieren.“¹²⁶

¹²³ Vgl. Bechdolf, Ute (1996). Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 283.

¹²⁴ Vgl. Bechdolf, Ute (1996). Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 284.

¹²⁵ Ebd.

¹²⁶ Vgl. Bechdolf, Ute (1996). Models oder Machos? Frauen- und Männerbilder in den Medien. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH, Seite 285.

4 Schlussbetrachtung

In der vorliegenden Arbeit wurde die Repräsentation des weiblichen Geschlechts im Musikvideo und deren Auswirkung auf die Rollenbilder des Rezipienten behandelt. Dabei wurde anhand der Analysen die bildliche Inszenierung von Weiblichkeit tiefgründig untersucht und in Zusammenhang mit den Texten und der Haltung des Interpreten inklusive dessen Managers und des jeweils zugehörigen Teams gebracht. Dabei wurde stark typisiert nach Frauen in der passiven Rolle des, sich unterordnenden, Objekts, welche stets den Versuch verdeutlichen, sich konform zu gesellschaftlichen Normen und Erwartungshaltungen an ihre Rolle als Frau zu verhalten. Dem gegenüber stehen rebellische Künstlerinnen wie die beiden Rapperinnen von SXTN, welche sich innerhalb einer männerdominierten Szene als eigenständige Persönlichkeiten mit Rückgrat profilieren und keinerlei Abhängigkeit vom vermeintlich starken Geschlecht zum Vorschein bringen. Die wissenschaftliche Arbeit bringt die Erkenntnis, dass die mediale Reproduktion der klassischen Rollenverteilung den kommerziell größten Erfolg generiert, da diese das größtmögliche Publikum anspricht. In diesem Zusammenhang erscheint es schlüssig, dass Künstler, welche diesen besagten anspruchslosen, angepassten und politisch belanglosen Content musikalisch wie filmisch verarbeiten, sich meist innerhalb des Genres Popmusik bewegen. Weibliche Rebellion inklusive verdeutlichte Ansätze in Richtung Freiheitskampf und Abenteuerlust sprechen tendenziell eher Randgruppen an und kommen daher im Genre des Rap oder Rock zum Ausdruck. In diesen erscheinen Frauen also entweder als Rarität in Form von weiblichen Interpreten oder aber klassisch als dekoratives, unmündiges Beiwerk im Musikvideo. In beiden Fällen jedoch erhebt der allgemeine Rezipient an die Frau einen gewissen Anspruch an ihre Attraktivität. Ohne optische Reize wird ihr scheinbar eher selten die nötige Aufmerksamkeit beigemessen, welche sie dazu qualifiziert, entweder einen Platz im visuellen Raum eingeräumt zu bekommen oder aber ihr zuzuhören und ihre Texte ernst zu nehmen, da diese schließlich von der Norm einer idealen Frau abweichen. Insofern muss sich die Frau ihre Audienz im HipHop-Business härter erarbeiten, sich Respekt bei der Zuhörerschaft verschaffen und sich vor allem gegen ihre etablierten männlichen Konkurrenten durchsetzen.

Auf das Bild der Rollenverteilung im Kopf der jungen Rezipienten wirken sich besagte Verhältnisse insofern aus, dass sich das klassische Ideal festigt. Jugendliche kennen die konventionellen Ansprüche: die schöne, schwache Frau versus den starken, statusträchtigen Mann. Dass alles abweichende tendenziell

auf Ablehnung stößt, ist ihnen bewusst, da es, nicht zuletzt in Musikvideos, entsprechend vorgelebt wird. Wer sich in klassische Rollenbilder einfügt, verzeichnet sozialen Zuspruch in größerem Maß als etwa Transsexuelle oder Drag-Queens wie Conchita Wurst und geht somit den vermeintlich einfacheren Weg, als jemand, der sich bewusst kontrakonform verhält. Aufsässige Rap-Texte werden entsprechend, wenn sie von Frauen performt werden, auch in entsprechend provokanter Kleidung zum Besten gegeben.

Zur Frage ob sich die Ideale in Sachen Geschlechterdifferenzen und Rollenverteilung im Zuge der Digitalisierung tatsächlich verändert haben oder ob der Wandel lediglich in der medialen Reproduktion eines ähnlichen, bis sogar identischen Bildes der Geschlechter- und Machtverhältnisse liegt: Ja. Das klassische Bild der Geschlechter bleibt als Ideal, als eine Art Ausgangs- oder Nullpunkt in den Köpfen verankert und wird sogar durch die mediale Verarbeitung dieser noch audiovisuell verstärkt. Allerdings ist die Toleranz für das Andersartige, für das bewusst Abweichende gestiegen und somit auch der Mut für immer mehr aufrichtige Künstler mit Charakterstärke und Seele. Dies betrachtet die Verfasserin als eine Errungenschaft der gegenwärtigen Zeit.

Literaturverzeichnis

16BARS.TV (Hrsg.). (10. Oktober 2014). *Edgar Wasser - Bad Boy (16BARS.TV PREMIERE)*.

Abgerufen am 1. Juli 2017 von YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=JGM5a6-77o4>

AlexV (Hrsg.). (7. Mai 2017). *Bibi: Ich habe eine Frage!* Abgerufen am 3. August 2017 von

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=v7MYUPURVq8>

American Heritage (Hrsg.). (2016). *lip-synch*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von The free dictionary:

<http://www.thefreedictionary.com/lip-sync>

Badura, B. (31. Mai 2012). *AIDA – Formel im MLM*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von CoffeeCoach:

<https://coffeeceteem.wordpress.com/2012/05/31/aida-formel-im-mlm/>:

Bähr, J. (18. Mai 2015). *Die neue Wurstigkeit*. Abgerufen am 3. August 2017 von FAZ:

<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/pop/album-der-woche/esc-gewinnerin-conchita-wursts-debuetalbum-conchita-13594202.html>

Bang, F. (29. Januar 2014). *Farid Bang LUTSCH [official Video] prod. by Juh-Dee*. Abgerufen am

19. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=NOW-GhSJsJo>

Bechdolf, U., & Hackl, C. (1996). *Models oder Macho? Frauen- und Männerbilder in den Medien*. München: UVK Medien Verlagsgesellschaft mbH.

Bianca Heinicke. (12. Januar 2017). *Brustvergrößerung PRANK an Julian | BibisBeautyPalace*.

Abgerufen am 3. August 2017 von YouTube:

<https://www.youtube.com/watch?v=YbwYqNwwRbA>

Bianca Heinicke. (o.A.). *BibisBeautyPalace*. Abgerufen am 3. August 2017 von YouTube:

<https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace>

BibisBeautyPalace. (05. Mai 2017). *Bibi H - How it is (wap bap ...) [Official Video]*. Abgerufen

am 3. August 2017 von <https://www.youtube.com/watch?v=4gSOMba1UdM>

BibisBeautyPalace. (5. Mai 2017). *ERSTE REAKTION auf Bibi H. - How it is .* Abgerufen am 3.

August 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=PjWZCOdWX80>

- Bieber, J. (24. Oktober 2014). *Justin Bieber-Heartbreaker Official Music Video*. Abgerufen am 19. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=8oepS649C7U>
- Bild (Hrsg.). (7. Mai 2017). *Bibis trauriger YouTube-Rekord*. Von <http://www.bild.de/unterhaltung/musik/bianca-heinicke/knackt-rekord-liste-51627154.bild.html> abgerufen
- Burghardt, S. (29. Juli 2016). *Die zehn besten Unterwäschemarken für Männer*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von DessousDiary: <http://www.dessous-diary.com/die-zehn-besten-unterwaeschemarken-fuer-maenner/>
- Calvin Klein (Hrsg.). (Juni. Januar 2015). *Justin Bieber + Lara Stone - Calvin Klein Jeans Spring 2015*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von YouTube.
- Calvin Klein (Hrsg.). (o.A). *About CALVIN KLEIN, INC*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von Calvin Klein: http://explore.calvinklein.com/en_US/corporate
- Cent, 5. (16. Juni 2009). *50 Cent - Candy Shop ft. Olivia*. Von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=SRcnnId15BA> abgerufen
- Conchita Wurst (Hrsg.). (24. Mai 2015). *Conchita Wurst - Colours Of Your Love (Music Video)*. Abgerufen am 3. August 2017 von YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=26B_7L2iVmA
- Derulo, J. (17. März 2017). *Jason Derulo - Swalla (feat. Nicki Minaj & Ty Dolla \$ign) (Official Music Video)*. Abgerufen am 19. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=NGLxoKOVzu4>
- DeviantArt. (25. September 2016). *Coverdesigner*. Abgerufen am 03. August 2017 von <http://coversdesigner.deviantart.com/art/Perfect-illusion-636635733>
- Filmlexikon Uni Kiel (Hrsg.). (12. 10 2012). *High Key / High-Key-Stil*. Abgerufen am 3. August 2017 von <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1726>
- Gaga, L. (19. Dezember 2009). *Lady Gaga - Poker Face*. Abgerufen am 6. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=bESGLojNYSo>
- Gaga, L. (20. September 2016). *Lady Gaga - Perfect Illusion*. Von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Xn599R0ZBwg> abgerufen

- Genius (Hrsg.) . (o.A). *Die Fotzen sind wieder da*. Abgerufen am 5. Juli 2017 von <https://genius.com/Sxtn-die-fotzen-sind-wieder-da-lyrics>
- Genius (Hrsg.). (2015). *Colours of Your Love*. Abgerufen am 3. August 2017 von <https://genius.com/Conchita-wurst-colours-of-your-love-lyrics>
- Genius (Hrsg.). (o.A). *How It Is (Wap Bap...)*. Abgerufen am 3. August 2017 von <https://genius.com/Bibisbeautypalace-how-it-is-wap-bap-lyrics>
- Genius (Hrsg.). (o.A.). *Bad Boy Lyrics*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von <https://genius.com/Edgar-wasser-bad-boy-lyrics>
- Genius (Hrsg.). (o.A.). *How It Is (Wap Bap...)*. Abgerufen am 3. August 2017 von <https://genius.com/11779876>
- Genius (Hrsg.). (o.A.). *Often Lyrics*. Abgerufen am 19. Juli 2017 von <https://genius.com/3351314>
- Genius (Hrsg.). (o.A.). *Perfect Illusion*. Abgerufen am 19. Juli 2017 von <https://genius.com/Lady-gaga-perfect-illusion-lyrics>
- Genius (Hrsg.). (o.A.). *Swalla Lyrics*. Abgerufen am 19. Juli 2017 von <https://genius.com/11817689>
- Genius (Hrsg.). (o.A.). *Swalla Lyrics*. Abgerufen am 19. Juli 2017 von <https://genius.com/Jason-derulo-swalla-lyrics>
- GMX (Hrsg.). (16. Mai 2017). *Conchita Wurst: So stylisch setzt Tom Neuwirth den angekündigten Tod seiner Kunstfigur um*. Abgerufen am 3. August 2017 von <https://www.gmx.at/magazine/unterhaltung/stars/conchita-wurst-stylisch-tom-neuwirth-angekuendigten-tod-kunstfigur-32326900>
- Gründerszene Lexikon (Hrsg.). (o.A.). *Digital Native: Was ist ein Digital Native?* Abgerufen am 31. Juli 2017 von <https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/digital-native>
- Happy Place (Hrsg.). (30. August 2015). *Justin Bieber - What Do You Mean?* Abgerufen am 30. Juni 2017 von YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=DK_0jXPulr0

- Helms, D. (2003). *Clipped Differences: Geschlechterrepräsentation im Musikvideo*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Keazor, H. (2005). *Video thrills the radio star: Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen*. Bielefeld: transcript.
- Mallon, F. (o.A.). Die Kategorien Musik - und Videoclip. Abgerufen am 1. Juli 2017 von <https://www.vifi-hanau.de/app/download/5799619003/Die+Kategorien+Musik-++Videoclip.pdf>
- Mill, J. S. (2009). *Utilitarismus*. Leipzig: Meiner Verlag.
- Modelexikon (Hrsg.). (o.A.). *Crop Top - Geschichte*. Abgerufen am 7. Juli 2017 von http://www.modelexikon.com/mode/c/crop_top.html
- OK-Magazin (Hrsg.). (31. Januar 2012). *Lambertz Schoko und Fashion Party*. Abgerufen am 23. August 2017 von <http://www.ok-magazin.de/fotostrecken/1457/lambertz-schoko-und-fashion-party-25934-id-188372.html>
- PSY. (15. Juli 2012). *PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V*. Von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> abgerufen
- Riegel, J. (19. Juli 2012). *Diese DJ-Begriffe muss man kennen*. Abgerufen am 3. August 2017 von Tillate: <http://www.tillate.com/de/story/dj-fachjargon>
- roxikon (Hrsg.). (1. Juni 2011). *Rap*. Abgerufen am 6. Juli 2017 von <http://roxikon.de/begriffe/rap/>
- Spektrum Akademischer Verlag (Hrsg.). (2000). *Lexikon der Geowissenschaften: Unbunte Farben*. Abgerufen am 3. August 2017 von <http://www.spektrum.de/lexikon/geowissenschaften/unbunte-farben/17238>
- Statistica (Hrsg.). (2017). *Umfrage zu ausgewählten Problemen beim Einschlafen oder Schlafen in Deutschland nach Geschlecht im Jahr 2016*. Abgerufen am 3. August 2017 von <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/628384/umfrage/probleme-beim-einschlafen-oder-schlafen-in-deutschland-nach-geschlecht/>

SXTN. (7. Juni 2016). *SXTN - Hass Frau (Official Audio)*. Abgerufen am 3. August 2017 von YouTube: https://www.youtube.com/watch?v=hFd6ctJO_AI

SXTN. (3. Juni 2017). *SXTN - DIE FTZN SIND WIEDER DA (Official Video)*. Abgerufen am 5. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=6zoX6Dknqis>

Topham, M. (15. Mai 2015). *Conchita Wurst's 'Colours of Your Love' – A Gorgeous Electronic Dance Number (Video)*. Abgerufen am 3. August 2017 von Leo Sigh: <http://leosigh.com/conchita-wursts-colours-of-your-love-a-gorgeous-electronic-dance-number-video/>

Victoria's Secret (Hrsg.). (9. Juni 2017). *Victoria's Secret Angels Lip Sync "2U" by David Guetta & Justin Bieber*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=N5ohLjqd6AM>

Victoria's Secret. (06. 12 2012). *[HD] Victoria's Secret Fashion Show 2012 - Pink Ball (Ft. Justin Bieber)*. Abgerufen am 1. Juli 2017 von YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=1IMh2z9mp5g>

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

München, 20.07.2016

Ort, Datum

Vorname Nachname