

Ute Bechdorf (Tübingen)

De- und Rekonstruktionen von Geschlecht beim Musikfernsehen. Eine Fallstudie

"Tätigkeiten der Repräsentation schließen immer Positionen ein, von denen aus wir sprechen oder schreiben: Positionen der Artikulation (enunciation). (...) Selbstverständlich muß auch das 'Ich', das hier schreibt, selbst als ein 'artikuliertes' gedacht werden. Wir alle haben einen bestimmten Ort, eine bestimmte Zeit, eine spezifische Geschichte und Kultur, von denen aus wir schreiben und sprechen. Was wir sagen, steht immer 'in einem Kontext' und ist positioniert."

Stuart Hall (1994)

Auf einer Tagung die einzige referierende Wissenschaftlerin⁽¹⁾ zu sein, wirkt sich auf das Präsentierte aus – ob als formulierte Erwartung, implizite Hoffnung bzw. Befürchtung von seiten der Zuhörerinnen und Zuhörer oder als eigener Anspruch, diese Tatsache zumindest nicht unkommentiert zu lassen – all diese Facetten tragen in vielfacher Hinsicht zur (eigenen und fremden) Konstruktion von Bedeutung bei. So plädiert der britische Kulturwissenschaftler Stuart Hall (1994) dafür, daß Sprechende wie Schreibende die eigene Positionierung offenlegen sollten, um nicht nur den sozialen Hintergrund, Ethnizität und Geschlecht, sondern auch die daraus resultierenden impliziten Vorannahmen transparent zu machen. Allerdings nicht im Sinne einer wenig zielgerichteten Selbstbespiegelung oder als Enthüllung eines die 'Wirklichkeit' verfälschenden *bias*, sondern als grundlegende Information, die ein wichtiges Forschungsinstrument, nämlich das forschende Subjekt selbst betrifft.

Dies erscheint mir umso unentbehrlicher, als mein Beitrag gerade die alltägliche Reproduktion von Geschlecht zum Thema hat und ich die komplexen wie diffizilen Mechanismen aufzuspüren versuche, mithilfe derer auch im Prozeß der Rezeption von Popmusik

Männlichkeit wie Weiblichkeit kulturell hergestellt werden. Mein Frausein, d.h. meine 'weibliche' Sozialisation wie auch mein eher 'männlich' orientierter Berufsweg spielen also in meinen Forschungsarbeiten eine nicht zu unterschätzende Rolle, die in der Entwicklung einer Fragestellung, im Interview mit männlichen und weiblichen Jugendlichen, bei der Auswertung der Transkriptionen wie auch bei der schriftlichen Darstellung ihren Niederschlag findet.

Sicherlich ist die Kategorie Geschlecht nicht die einzige, die in diesem Kontext wirksam wird, aber sie ist – wie sich auch auf dem Kongreß gezeigt hat – eine dominante im Vergleich zu anderen, von mir offengelegten Positionen. Aus der Situation, weder eine andere Vortragende noch ein anderes Geschlechterthema im Programm zu finden, erwächst eine gewisse Verantwortung, die mich dazu veranlaßt hat, die Kategorie Geschlecht gleich auf mehreren Ebenen ins Zentrum meiner Betrachtung zu stellen.⁽²⁾

Denk-Voraussetzungen

Unter dem Einfluß von poststrukturalistischen und konstruktivistischen Theorien hat sich in den letzten Jahren ein Paradigmenwechsel in der Betrachtungsweise von Geschlecht vollzogen, der jetzt auch in der deutschen Wissenschaftslandschaft rezipiert wird: Das System der Zweigeschlechtlichkeit wird nicht mehr als unhinterfragbare Biologie gesehen, die durch gesellschaftliche Rollenzuweisungen lediglich angereichert wird, sondern als gedankliche Konstruktion, die unsere gesamte Weltsicht durchdringt – und damit nicht als Essenz, sondern als Effekt, als Kultur statt Natur. In Auseinandersetzung mit Judith Butlers Buch "Gender Trouble" (1991) haben etliche Wissenschaftlerinnen gezeigt, wie unser (als natürlich verhandeltes) System der Zweigeschlechtlichkeit, das männlich und weiblich auf allen Ebenen hierarchisiert, in kulturellen Prozessen ständig neu reproduziert wird. Indem wir davon ausgehen, daß jeder Mensch zwangsläufig ein und nur ein Geschlecht hat, unverwechselbar und unveränderbar, stellen wir Männlichkeit und Weiblichkeit, stellen wir diese Polarisierung in allen unseren Denk- und Handlungsweisen immer wieder her – "doing gender". Während frühere feministische Theorien eine Trennung von Geschlecht in 'sex' und 'gender' etablierten, in der 'gender' lediglich die kulturelle Überformung des natürlich ge-

dachten 'sex' darstellte (damals eine wichtige Differenzierung, um die Historizität der unterschiedlichen Hierarchie-Ausprägungen betrachten zu können), fallen diese beiden Begriffe inzwischen wieder zusammen: Auch unsere Vorstellung von 'sex' ist, so neuere Geschlechtertheorien, eine kulturell konstruierte.

Medien sind in diesem kulturellen Konstruktionsprozeß wichtige Agenturen, sie werden beispielsweise von der Medien- und Kulturwissenschaftlerin Teresa de Lauretis als "Technologien der Geschlechter" (1987) bezeichnet. Auf allen Ebenen produzieren die Medien – wie andere Instanzen auch – ständig Diskurse über Geschlecht. Als Medienrezipientinnen und -rezipienten sind wir also umgeben von einem Geflecht aus Diskursen, Aussagen über die Beschaffenheit von Männlichkeit und Weiblichkeit, über die Differenzen zwischen beiden, wie auch über die daraus abgeleitete Hierarchisierung. Indem wir darauf Bezug nehmen, uns z.B. identifizieren oder auch von bestimmten Bildern abgrenzen, arbeiten wir an diesem Prozeß aktiv mit. Es gibt keine Möglichkeit, sich nicht in diesem Diskursfeld zu positionieren, ein nicht-geschlechtliches Denken und Handeln ist, aus dieser Theorie-Perspektive gesehen, ausgeschlossen. Selbstverständlich können in bestimmten Situationen andere Diskurse wie etwa Schicht oder Ethnizität wesentlich wichtiger sein, doch die Wirksamkeit der diskursiv verbreiteten Macht (Foucault 1977) ist im Feld von Geschlecht und Sexualität besonders groß. Geschlecht entsteht in einer Art "Sinn-Basterei" (Hitzler u. Honer 1994), also im wechselseitigen Prozeß von Repräsentation und Selbstrepräsentation.

Musikvideos sind lediglich kleine Mosaiksteine in diesem Prozeß, aber sie sind für Jugendliche wichtig: Indem sie Angebote machen, Bilder, Worte und Klänge zur Verfügung stellen, machen sie auch Vorgaben, wobei das Spektrum von relativ direkt angebotenen Identifikationsfiguren bis hin zu einem großen Phantasie-Spielraum für potentielle Geschlechtsidentitäten reicht. Diese Bedeutungsangebote entstehen natürlich nicht in einem luftleeren Raum, sondern die Musikvideos nehmen dominante Diskurse der Differenz und der Hierarchie der Geschlechter auf und arbeiten mit ihnen. Obwohl die tägliche Kost von MTV und VIVA den traditionellen Konventionen von Weiblichkeit und Männlichkeit entspricht, finden wir immer auch Clips, die spielerisch mit den Diskursen umgehen, sie verfremden, ausweiten und zu überwinden

versuchen. In Form von Produktanalysen liegen bereits einige Untersuchungen über die Konstruktion von Geschlecht wie auch über Strategien des 'gender-bending' vor, wobei sich die meisten Autorinnen und Autoren auf die visuellen Stimulanzien konzentrieren und die Musikebene der Clips ignorieren (z.B. Kaplan 1987 oder Grigat 1995). Als wichtige Ausnahmen sind beispielsweise die Arbeiten von Barbara Bradby (1992), Susan McClary (1991) und Melanie Morton (1993) zu bezeichnen, die sich mit der musikalischen Bedeutungsproduktion von Madonna-Videos beschäftigt haben. Robert Walser (1993) analysiert Geschlechterkonstruktionen in Heavy Metal-Videos, Clara Juncker (1993) beschäftigt sich mit dem verwirrenden Zusammenspiel von Stimme, Auftreten und Rhythmus in Videos von Grace Jones, und auch Richard Middleton hat kürzlich in einem Aufsatz (1995) herausgestellt, mit welchen differenzierten musikalischen Strategien Annie Lennox, die frühere Sängerin des Pop-Duos Eurythmics, das Arrangement der Geschlechter durcheinanderbringt. Doch wie die andere Seite dieses Prozesses funktioniert, die Bedeutungszuweisung von seiten der Rezipierenden, ist bisher weitgehend unerforscht geblieben.

Aus dem Gesagten wird bereits deutlich, daß die Bedeutung eines Musikstücks, eines Videoclips, eines medialen Textes nicht als etwas Fixes, allein im Produkt selbst angesiedelt zu betrachten ist. Unter Bezugnahme auf die an der Semiotik orientierten Medientheorien der British Cultural Studies muß – insbesondere bei populärkulturellen Produkten – von relativ offenen Texten ausgegangen werden, von einer potentiellen Polysemie. Stuart Hall hat in seinem am Strukturalismus orientierten Modell "Encoding-Decoding" (1980) dargelegt, daß Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer bei der Interpretation von Sendungen immer mehrere Möglichkeiten haben: Sie können die dominanten, vom Text nahegelegten Bedeutungen übernehmen, sie können dagegen opponieren, sie können aber auch verhandeln – "negotiated reading" nennt Hall diese Position. Streng betrachtet, handelt es sich beim Musikvideosehen wie bei jeder anderen Medienaktivität immer um eine Verhandlungssache, denn die jugendlichen Zuschauerinnen und Zuhörer nehmen – so meine These – hauptsächlich auf jene Bedeutungen Bezug, die ihnen jeweils am meisten Lust, Vergnügen, Spaß bereiten. Dieses Vergnügen (pleasure) hängt wiederum von verschiedenen Faktoren ab: von der konkre-

ten Sehsituation und Stimmung, von Vorwissen und Mitsehenden, von Schicht und Bildungsgrad; aber auch Geschlecht, ethnische Zugehörigkeit, Alter, psychische Disposition und Musikgeschmack spielen dabei eine Rolle – wahrscheinlich ist das jeweilige Vergnügen sogar durch den Musikgeschmack der Eltern beeinflusst. Die grundsätzliche Reihenfolge der Wichtigkeit dieser und anderer Faktoren kann durch eine qualitative Studie wie die meine natürlich nicht bestimmt werden. Was eine solche Untersuchung jedoch kann, ist, einen genauen Blick auf die einzelnen Mechanismen in diesem Prozeß zu werfen und beispielsweise die Fragen zu stellen: Wie wird der Faktor Geschlecht im Umgang mit Musikvideos wirksam? Wie wird Männlichkeit, wie wird Weiblichkeit in der Rezeption artikuliert? Wie wird dabei die Differenz, wie die dominante Hierarchie der Geschlechter reproduziert? Welche inneren Verhandlungen finden beim Musikvideohören und -sehen statt? Und welche Widerstände gegen die Ordnung der Geschlechter können möglicherweise aktiviert werden?

Die Studie

Ich habe Interviews mit 22 weiblichen und männlichen Jugendlichen geführt, zuerst über ihren alltäglichen Umgang mit Popmusik und Musikfernsehen, dann, 1 Jahr später, nachdem sich mein Interesse stärker auf die Geschlechterkonstruktionen fokussiert hatte, ein zweites Gespräch, in dem wir uns ausführlich über sechs spezifische Videos unterhielten. Die Videos wurden ausgewählt, weil sie Geschlecht auf sehr unterschiedliche Weise thematisieren: zum einen als klassische Reproduktion der dominanten Diskurse über Männlichkeit und Weiblichkeit, zum zweiten als Kritik an diesen Diskursen, und zum dritten als Versuche, die Dichotomie, die Polarisierung zu dehnen, ja aufzubrechen, die Geschlechterdifferenz als solche zu hinterfragen.⁽³⁾

Ich kann hier nicht weiter auf die methodologischen Implikationen eingehen, die in dieser Mischung aus Alltags-Ethnographie und einem quasi-experimentellen Setting enthalten sind. Die unerwartet langwierige Auswertung dieser jeweils eineinhalb- bis dreistündigen Interviews zeigt im Detail, daß Musikvideosehen eine sehr komplexe Aktivität ist, bei der Geschlecht, bewußt und unbewußt, eine große Rolle spielen kann – aber nicht zwangsläufig in jedem Fall auch spielen muß. In bestimmten Fällen kann

diese Kategorie zugunsten anderer Problemkomplexe wie z.B. Alter, Bildungsgrad oder Ethnizität in den Hintergrund treten.

Welche Rolle spielt also Geschlecht beim alltäglichen Umgang mit Musikvideos – oder besser, auf welche Weise wird auf die Kategorie Geschlecht rekurriert, wenn ich mit Jugendlichen über ihre Praxis des Musikfernsehens spreche? Und wann spielen andere Kategorien bzw. Differenzen eine größere Rolle?

Auf den ersten Blick verhalten sich weibliche und männliche Jugendliche bei der Rezeption von Musikvideos – wie auch beim Umgang mit Popmusik generell – den gesellschaftlich dominanten Geschlechterdiskursen dadurch entsprechend, daß sie unterschiedliche Orte, Zeiten, Häufigkeiten und Mitsehende präferieren und teilweise verschiedene Motivationen fürs Musikvideos-sehen/hören angeben. Wie meine – ergänzend zu den Interviews – erstellte Umfrage unter 200 Schülerinnen und Schülern aus dem Raum Tübingen gezeigt hat, gehen Mädchen dabei eher Nebenbeschäftigungen nach oder sprechen mit ihren Freundinnen und Freunden über Stars und Mode, während Jungen eher intensiv und konzentriert bei der Sache sind, beim Fernsehen ihre Ruhe haben wollen und Interesse daran signalisieren, die Musiker zu sehen. Klaus-Ernst Behne und Renate Müller (1996) haben in einer aktuellen Untersuchung ähnliche Ergebnisse erzielt: Mädchen haben häufiger angegeben, bei den Hits mitzusingen, gelegentlich Tanzschritte einzuüben, Jungen hingegen kreuzten häufiger an, daß sie sich beim Sehen besonders dafür interessieren, wie die Musik gemacht wird, aber auch, daß sie sich immer wieder eigene Bilder zur Musik vorstellen.

Diese Daten beruhen jeweils auf größeren Fragebogenaktionen und werfen vermutlich mehr Licht auf die Einstellungen der Jugendlichen und auf die an sie herangetragenen sozialen Erwartungen, die sie mit ihren Kreuzchen zu erfüllen (oder abzulehnen) meinen, als auf ihre tatsächliche Umgangsweise mit dem Medium. Darüber hinaus betreffen die Antworten zunächst nur die alltäglichen Nutzungsweisen, über die Rezeption von spezifischen Inhalten und Formen ist damit noch nicht viel ausgesagt. Eine qualitative Studie hingegen, die sich einzelnen Rezeptionsweisen widmet, verliert dadurch zwar an Breite, kann aber in Einzelfragen wesentlich stärker in die Tiefe gehen und gewinnt in dieser Hinsicht an Aussagekraft.

Indem ich mich immer mehr von der Frage entfernte, inwiefern sich junge Frauen und Männer bei der Nutzung und Rezeption von Musikvideos unterscheiden (Bechdolf 1994) und mich statt dessen mehr auf die Prozesse konzentrierte, in denen Weiblichkeit und Männlichkeit im Akt des Sehens und Hörens – von beiden Geschlechtern – thematisiert und hergestellt wird, konnte ich den Blick auf die unterschiedlichen Ebenen richten, auf denen Geschlecht zur 'Verhandlungssache' wird. Jugendliche, so ergibt meine Interview-Auswertung, re- und dekonstruieren Geschlecht

1. durch das, **was** sie hören und sehen: Indem sie bestimmte Videos präferieren und andere ablehnen, also ihren eigenen Geschmack in bezug auf Stilrichtungen und visuelle Formen ausbilden, ausdrücken und begründen, ihn als kulturelles Kapital einsetzen und damit aktiv Distinktion betreiben, konstruieren sie eine Differenz zwischen 'männlich' und 'weiblich';
2. dadurch, **wie** sie sehen und hören: Indem sie mit Musikvideos auf bestimmte Arten und Weisen umgehen, diese Umgangsweisen mit Geschlechterkonnotationen versehen und ihnen damit Wert zuweisen oder absprechen;
3. dadurch, wie sie **interpretieren**, was sie sehen und hören: Indem sie die Repräsentationen von Geschlecht entziffern, decodieren, ihnen bestimmte Bedeutungen zuweisen und sich selbst in diesem Bedeutungsgefüge, in diesem Diskursystem verorten.

Auf allen Ebenen differenzieren die Jugendlichen jeweils 'männlich' von 'weiblich', sie polarisieren die beiden Kategorien (durch Vergleichs- oder Ausschluß-Konstruktionen) und nehmen eine klare Hierarchisierung vor. Dies geschieht zum einen explizit und bewußt, wenn wir im Interview konkret darüber gesprochen haben, unter Zuhilfenahme von etablierten Geschlechterdefinitionen und Wissenskonzepten, aber es zeigt sich auch, implizit und unbewußt, an den anderen Passagen, wo Geschlecht nicht unmittelbar Thema war. Die Jugendlichen beziehen sich auf dominante Geschlechterdiskurse, ohne daß dies dem Wortlaut des Interview-Transkripts direkt entnehmbar wäre. Es sind vielmehr die Parallelen in der Argumentation, die subtilen inhaltlichen Gleichsetzungen und sprachlichen Verknüpfungen, die auf diese stark vergeschlechtlichten Sinn-Konstruktionen hinweisen.

Im folgenden soll anhand eines Fallbeispiels erläutert werden, wie diese Prozesse im einzelnen funktionieren. Benutzt man die Interviews nicht nur als eine Art Steinbruch für die Selbstbeschreibungen der Jugendlichen, sondern interpretiert man sie im Gesprächszusammenhang und vergleicht, wie das Ralf Bohnsack (1991) mit seiner dokumentarischen Analyse angeregt hat, die verschiedenen Aussage-Ebenen im Detail, so entsteht ein komplexes und differenziertes Bild. Es zeigt, wie sich die Jugendlichen zum Teil nahtlos in das System der Zweigeschlechtlichkeit einfügen und wo sie es aktiv reproduzieren, es zeigt aber auch, an welcher Stelle Risse und Brüche auftreten, wo die Diskurse zwar als machtvolle erkannt, aber für sich selbst abgewandelt, revidiert, oder gar abgelehnt werden. Diese Relativierungen, kritischen Perspektiven und Oppositionen näher zu beleuchten halte ich für zentral, weil damit deutlich wird, wie die kulturelle Reproduktion von Geschlecht – und damit auch der Erwerb von Geschlechtsidentität im Einzelfall – funktioniert: Nicht als eine bruchlose Übernahme medial vermittelter Werte und Normen, sondern als eine ständige, aktive Auseinandersetzung mit einzelnen visuellen Attraktionen und Klängen, Geschichten und Songtexten, die jeweils, individuell und situativ verschieden, als Puzzleteile bei der Herstellung eigener Bilder verwendet werden können.

Zum Beispiel Lisa

Lisa ist eine junge Frau, 19 Jahre alt, die in die letzte Klasse eines städtischen Gymnasiums geht. Beide Eltern sind berufstätig, Mittelschichtsangehörige, ihr Bruder studiert bereits, sie selbst wirkt auf mich sehr selbständig und kenntnisreich. Zur Zeit meines ersten Interviews sieht sie jeden Tag MTV, hört aber auch insgesamt viel Musik auf Cassette und CD; im zweiten Interview gibt sie an, beide Nutzungsformen seien zurückgegangen, da sie inzwischen eine Berufsakademie besucht. Sie hat sehr genaue Vorstellungen von ihren Vorlieben und Abneigungen, entwickelt im Gespräch eine eigene Definition von Musikvideos und kann verschiedene Formen unterscheiden. Sie verfügt über ästhetische und moralische Bewertungskriterien für Videoclips und nimmt – aus meiner Sicht – die von mir angebotene Gesprächsrolle der 'Expertin' weitgehend an. Dabei spricht sie fast nur über sich und ihre persönlichen Einschätzungen und verallgemeinert vergleichsweise wenig.

Lisa beschreibt sich selbst als aktive Zuschauerin, die Spaß beim Sehen hat, sich aber auch Gedanken machen will, in Musikvideos nach einem Sinn sucht, der durch Nachdenken oder Reden mit Freunden oder eben auch im Gespräch mit mir entdeckt werden kann. Hier stellt sie direkte Forderungen an Produzenten, bessere Videos zu machen und nicht ständig nur Sexualität in den Mittelpunkt zu stellen. Ein Musikvideo ist für sie zuallererst Musik, die mit Bildern untermalt ist. Die Musikebene ist daher auch wichtiger als die Bildebene oder der Songtext; dieser wiederum wird jedoch von ihr hin und wieder als Schlüssel für die Bedeutung eines Clips benutzt. Die Attraktivität eines Stücks macht für sie die Reihenfolge Musik – Bild – Songtext aus, während sie die Qualität eines Stücks interessanterweise anders bestimmt: Songtext – Musik – Bild. Das heißt, für sie ist die Hochwertigkeit eines Clips nicht gleichbedeutend mit der Attraktivität, gut ist nicht unbedingt das, was gefällt – eine Argumentationsweise, die in der Populärkultur selten verwendet wird und eher aus einem hochkulturellen Umfeld stammt.

Diese Opposition, die mir während des Interviews nicht weiter aufgefallen war, wurde für mich bei der Auswertung zu einem Schlüssel für ihre Umgangs- und Interpretationsweisen. Lisa unterscheidet Musikvideos und Musik generell nicht nur im Hinblick auf Qualität und Attraktivität, sondern konstruiert fortlaufend Polarisierungen, die sie mit diesen beiden Konzepten in Verbindung bringt, z.B. Stilrichtungen, Akteure, ästhetische Elemente und Hörerkreis (vgl. Tabelle, S. 194). Interessant dabei ist, daß sie bereits in den ersten Minuten des Interviews auf einen "krassen Gegensatz" innerhalb ihres eigenen Musikgeschmacks hinweist, diesen Faden im Gesprächsverlauf immer wieder aufnimmt und dabei mit Geschlechterkonnotationen versieht. Neben Metallica, Nirvana, Pearl Jam und anderen eher am Rock orientierten Gruppen mag sie Pop, den sie als "Whitney Houston-Stil" bezeichnet und gleichzeitig abwertet. Auf meine Nachfrage, warum in der Musik für Männer und Frauen unterschiedliche Standards in Bezug auf Schönheit gelten, bringt sie eine ihrer Ansicht nach unterschiedliche Musikausrichtung von Männern und Frauen ins Spiel:

"Es ist halt auch oft so, daß die Frauen 'ne ganz andere Musik machen als die Männer, so 'ne, ich kann immer wieder nur sagen, dieser Whitney Houston-Stil, und wenn die Frauen dann als Einzelpersonen ein Video drehen und du andauernd das Gesicht und den Körper siehst und das einfach nichts hergibt, dann spricht es die Zuschauer nicht an. Deswegen muß so 'ne Person immer wieder was hergeben. Und auch nicht immer dasselbe, sondern immer wieder was anderes, sonst wird's langweilig, weil's halt auch nur eine Person ist. In 'ner Band, da kann man die ganze Band mal filmen, aber bei denen ist es dann oft eine Einzelperson, die ist immer wieder drauf, in verschiedenen Situationen in verschiedenen Videos, aber im Prinzip ändert sich nichts, und es ist auch oft die Musik immer wieder gleich. Zum Beispiel, ich hab vorhin gesagt, ich hör auch Michael Bolton, ich hör die Cassette einmal und dann tu ich sie ganz schnell wieder weg, weil jedes Lied gleich ist, und weil jedes Lied denselben Text hat, praktisch, es geht immer um dasselbe."

Während Rockmusiker, meist Männer, ihrer Meinung nach eher Gruppen bilden und dadurch schon genügend visuelle Reize bieten ("Männer müssen nicht schön sein"), können sich Popsängerinnen, die eher als "Einzelpersonen" auftreten, nicht auf eine Band stützen – womit sie sich auch die erotisierende Darstellung von Frauenkörpern erklärt.

In diesem Zitat zeigt sich die Verknüpfung einiger in der Tabelle festgehaltenen Ebenen deutlich. Nicht nur musikalische Ausrichtung und visuelle Verdinglichung unterscheiden sich ihrer Meinung nach bei Männern und Frauen, sondern auch die Bewertung, mit denen sie die beiden geschlechtlich konnotierten Richtungen versieht, ist eine jeweils andere: Während Rock für sie "gehaltvoll" ist, beschreibt sie mir Pop als "langweilig", "immer wieder gleich" und verbindet damit etwas später im Interview auch eine andere Rezeptionsweise. Bei Pop stehen "Spaß" und "Genuß", auch "Gefühl" für sie im Mittelpunkt, während bei den ernsthafteren Rockstücken die Begriffe "Konzentration" und "Mühe" fallen – und damit wechselt auch ihre Positionierung im Gespräch mit mir zwischen der kritisch-distanzierten Expertin und der begeisterten Musikvideoseherin hin und her.

Das Hochwertige und das Lustvolle, das Männliche und das Weibliche, das Eine und das Andere – die Konstruktionsmechanismen sind deutlich zu sehen. Die zunächst als widersprüchlich empfundene Ausprägung ihres Musikgeschmacks wird im Verlauf

Interview mit Lisa

"Auf den ersten Blick ist sicher die Musik am attraktivsten."

Qualität	Attraktion
1. Text, 2. Musik, 3. Bild	1. Musik, 2. Bild, 3. Text
Stil: Heavy-Metal (Rock)	"Whitney-Houston-Stil" (Pop)
Bsp.: Metallica, Nirvana, Pearl Jam, The Cult, Danzig	Whitney Houston, Michael Bolton, Elton John
Künstler: Gruppen, Männer	Einzelpersonen, mehr Frauen
Videos: abwechslungsreich; Männer müssen nicht schön sein	visuell langweilig, deshalb müssen sie "was hergeben" (Erotik, Sex)
Texte: gehaltvoll, "wahnsinnig viel bei gedacht"	"Ich würde auf so einen Text nie kommen"
Musik: aggressiver, härter; E-Gitarre, Schlagzeug	"Frauen machen ganz andere Musik", "weicher", "Immer wieder gleich alles"; Gesang (Ausnahme: Madonna)
Suche nach: Sinn, Bedeutung, Verstehen	gute Stimmung, Harmonie, auch Ablenkung vom Alltag
Hörer von Heavy: vorwiegend Jungen	Pop/Soul: viel mehr Mädchen
Schule: man hört Männerbands	"das andere wird nicht so viel gehört"
Rezeptionsweise: Konzentration, Mühe (Rationalität)	Fun, Genuß, Gefühl (Emotionalität)
Interpretation: Hochkulturelles Muster	Populärkulturelles Muster
Positionierung: kritisch-distanzierte Expertin	begeisterte Musikhörerin und Musikvideoseherin

des Interviews von ihr selbst als geschlechtsbezogene Ausprägung interpretiert und dadurch ausgebaut, daß sie andere polarisierende Deutungsmuster daran anknüpft, als explizit Gesagtes, aber auch als implizit Gemeintes. Geschlecht dient Lisa also zum einen als zentrale Ordnungskategorie, zum anderen aber auch als Ursache, um Ungereimtheiten und Ungerechtigkeiten erklären zu können. Danach gefragt, warum in ihrer Schule Jungen eher selbst Musik machen als Mädchen, bemüht sie erst ein biologistisches Erklärungsmuster (Jungen sind aggressiver), das sie jedoch gleich wieder als "blödes Klischee" verwirft, um nach kulturellen Ursachen für den Unterschied zu suchen, wobei sie die Tradition der gitarrespielenden Cowboys am Lagerfeuer erwähnt. Auf den ersten Blick akzeptiert sie also das System der Zweigeschlechtlichkeit, trennt fast alle Elemente in ihrem Musikfeld in die zwei Bereiche männlich/weiblich, und bewertet diese auch unterschiedlich, den Regeln des Diskurses folgend.

Allerdings, und hier wird es meiner Meinung nach wirklich spannend, reflektiert Lisa diesen Prozeß der polaren Bedeutungszuweisung und hinterfragt ihre eigenen Aussagen immer wieder, denn sie setzt sich im Gespräch mit mir auch mit ihrer eigenen Stellung in diesem Gefüge auseinander, stellt ihre Identität situativ her, z.B. über Identifikationen mit Musikerinnen bzw. Musikern und anderen handelnden Personen. Bei dieser zwangsläufig stattfindenden Positionierung tauchen immer neue Widersprüche auf. Als sie mir z.B. die Videos beschreibt, die ihr im Augenblick besonders gut gefallen, kommen ihr zuerst die Hard Rock- und Heavy Metal-Videos in den Sinn, wobei sie die (dafür nicht sehr typische) Ballade NOVEMBERRAIN von Guns'n Roses mit ihren melodramatisch anmutenden Bildern einer Hochzeit, die mit Tod endet, als besonders gelungen hervorhebt. Beim Versuch, auch ein Video ihrer zweiten, 'anderen' Richtung zu berücksichtigen, merkt sie plötzlich, daß die Sängerin Vanessa Williams darin keinen besonders großen Handlungsspielraum hat und verwirft es daraufhin wieder:

"Das Lied ist schön, aber das spielt sich alles in einem Raum ab, sie steht da in einem Pullover, hat die Arme verschränkt, guckt nachdenklich in die Luft und singt. Und dann geht sie mal ein Stück und hockt sich auf ihr Sofa und singt weiter. Hat nicht so viel."

Sie verhandelt damit den Widerspruch zwischen ihrer Geschmackspräferenz und den zuvor aufgestellten Kriterien für ein

gutes Video und entdeckt dabei kritische Aspekte an dieser Repräsentationsweise. Auch bei den Einzelinterpretationen im zweiten Interview nimmt sie eine ablehnende Haltung gegenüber den traditionellen Festlegungen der männlichen und weiblichen Figuren ein und kritisiert die immer gleiche Zuschreibung von Aktivität vs. Passivität oder die Aufteilung in handelnder oder auch voyeuristischer Mann und behandelte bzw. betrachtete Frau. In einem narrativen Clip zieht sie aktive Frauen solange vor, wie sie bestimmte Grenzen, was sexuelle Aggression angeht, nicht überschreiten. So macht ihr etwa die Umkehrung der Rap-Konventionen in Salt'n'Peppas Video SHOOP großen Spaß, hier betrachten die Frauen am Strand die gutgebauten Männer mit begehrlichen Blicken. Auch Madonna bewundert sie wegen ihrer unglaublichen Wandlungsfähigkeit, ihre Erotik-Selbstinszenierungen sind ihr allerdings "zu heftig", und bei JUSTIFY MY LOVE empfindet sie, obwohl sie die Musik mag, wegen der drastischen Bilder kein richtiges Vergnügen.

Indem sie die Geschlechter-Oppositionen kritisiert, re-konstruiert Lisa zwar die dominanten Diskurse, tut dies aber nicht bedingungslos, sondern relativiert, verhandelt Brüche und Widersprüche, versucht Ausnahmen heranzuziehen und probiert alternative Deutungsmuster aus. Durch wechselnde Identifikationen sucht sie immer wieder nach einem Ausweg aus diesem System, aus dem Entweder-Oder und der damit verbundenen Hierarchie. Dadurch, daß sie wenig Geld für Musik ausgibt, lieber Sängerin als Keyboarderin wäre, Whitney Houston mag und sexuelle Darstellungen in Musikvideos nicht zwangsläufig erotisch findet (wie sie dies den jungen Männern ihres Alters zuschreibt), positioniert sie sich explizit als 'weiblich'. Dadurch, daß sie gern Heavy Metal hört, sich Experten-Wissen darüber angeeignet hat und musikalisch nicht "einem Herdentrieb folgen" will, positioniert sie sich explizit als Individuum, was implizit aber, im Kontext des zuvor von ihr Gesagten, die Deutung 'männlich' zur Folge hat, der sie dann wieder ausweichen muß. Umgekehrt verweigert sie vor allem dann die Identifikation mit dem eigenen Geschlecht, wenn sie etwa davor in einem anderen Gesprächskontext das als 'weiblich' Bezeichnete ausgesondert und abgewertet hat. Sie bewegt sich somit in einem Spannungsfeld hin und her: zwischen ihrer Identifikation mit gesellschaftlich konstruierter und normierter Weiblichkeit sowie dem Bemühen, sich die als 'männlich' konnotierten Attribute an-

zueignen. Dazwischen liegt die immer wieder aufscheinende Weigerung, sich überhaupt festlegen zu lassen – ein deutlich artikuliertes Bestehen auf einem autonomen Subjektstatus. Sie dekonstruiert damit letztlich die gängige Universalisierung, die das männliche Subjekt mit dem Menschen schlechthin gleichsetzt, Weibliches jedoch als das Andere markiert und ausgrenzt (vgl. z.B. Maurer 1996). An einigen Stellen des Interviews versucht sie, Geschlecht zur "Verhandlungssache" zu machen, sich selbst einen Sonderstatus einzuräumen, der Gleichzeitigkeiten und Übergänge ermöglicht – ein sehr differenzierter und letztlich utopische Elemente beinhaltender Prozeß von "doing gender".

Das Fallbeispiel zeigt, wie Geschlecht als Kategorie, als Differenz und als Machtverhältnis bei der Musikvideo-Rezeption wirksam wird – es wird fortwährend re- und dekonstruiert. Die hier analysierten Prozesse sind im Alltag unentwirrbar ineinander verwoben und können nur durch eine solche Detailanalyse genauer unter die Lupe genommen werden. Der Medienalltag zeichnet sich ja dadurch aus, daß wichtige kulturelle Prozesse unreflektiert, unkommentiert und unbewußt vonstatten gehen, in diesem Fall die ständige Reproduktion des Systems der Zweigeschlechtlichkeit. Auf der forschungspraktischen Ebene geschieht genau dasselbe: Einerseits untersuche ich die Konstruktion von Geschlecht und bin um Dekonstruktion bemüht, da sich mein Erkenntnisinteresse auf eine Lockerung und Umwertung starrer Geschlechterkonventionen richtet, andererseits reproduziere ich die Differenz wie auch die Kategorie ständig selbst. Aus diesem Dilemma gibt es keinen Ausweg. Nur die ständige Selbstreflexion und das Bemühen, die eigenen Positionierungen sichtbar und damit auch kritisierbar zu machen, können dazu beitragen, daß sich das System der Zweigeschlechtlichkeit – und sei es auch in noch so rudimentärer Form – verändert.

Anmerkungen

- (1) Die Veranstalter hatten sich, nachdem das Ungleichgewicht erkannt worden war, sehr bemüht, weitere Wissenschaftlerinnen zu gewinnen – leider vergebens. Diese Problematik verweist somit nicht auf den fehlenden guten Willen der Organisatoren, sondern auf grundlegende gesellschaftliche Strukturen und ihre spezifischen, z.T. äußerst subtilen Manifestationen in der Welt der Wissenschaft (vgl. dazu Wetterer 1992).
- (2) Solche Entscheidungen können jedoch für eine Wissenschaftlerin folgenreicher sein und langfristig eine thematische Festlegung (die gerade nicht als Expertentum verstanden wird) bis hin zu einer Art Ghettoisierung von Frauen- und Geschlechterforscherinnen nach sich ziehen.
- (3) Von folgenden Künstlerinnen und Künstlern wurden Musikvideos gezeigt: Billy Idol (*Cradle of Love*, 1990), Whitney Houston (*I'm Every Woman*, 1993), K7 (*Come Baby Come*, 1993), Salt'n'Pepe (*Shoop*, 1993), Aersmith (*Living on the Edge*, 1993) und Madonna (*Justify My Love*, 1990).

Literatur

- Ang, Ien u. Joke Hermes (1994): "Gender and/in Media Consumption." In: Marie-Luise Angerer u. Johanna Dorer (Hg.), *Gender und Medien. Theoretische Ansätze, Empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation*. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller, S. 114 - 133.
- Bausinger, Hermann (1984): "Alltag, Technik, Medien." In: *Sprache im technischen Zeitalter* 89, S. 60 - 70.
- Bechdolf, Ute (1994): "Musikvideos im Alltag: Geschlechtsspezifische Rezeptionsweisen." In: Marie-Luise Angerer u. Johanna Dorer (Hg.), *Gender und Medien. Theoretische Ansätze, Empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation*. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller, S. 186 - 193.
- Behne, Klaus-Ernst u. Renate Müller (1996): *Wahrnehmung und Nutzung von Videoclips. Eine vergleichende Pilotstudie zur musikalischen Sozialisation*. Hannover: Institut für Musikpädagogische Forschung (Forschungsbericht 6), S. 1 - 45.
- Bernold, Monika (1992): "'Let's Talk About Clips'. Feministische Analysen von MTV. Ein Blick auf die anglo-amerikanische Diskussion." In: *Medien Journal* 16.3, S. 133 - 139.
- Bohnsack, Ralf (1991): *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in Methodologie und Praxis qualitativer Forschung*. Opladen: Leske + Budrich.
- Bradby, Barbara (1992): "Like a Virgin-Mother? Materialism and Maternalism in the Songs of Madonna." In: *Cultural Studies* 6.1 (Jan.), S. 74 - 96.
- Butler, Judith (1991): *Das Unbehagen der Geschlechter*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Foucault, Michel (1977): *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit*, Bd. 1. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Grigat, Nicoläa (1995): *Madonnabilder. Dekonstruktive Ästhetik in den Videobildern Madonnas*. Frankfurt/M.: Lang.
- Hall, Stuart (1980): "Encoding/Decoding." In: Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe u. Paul Willis (Hg.), *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London: Hutchinson, S. 128 - 138.
- Hall, Stuart (1994): "Kulturelle Identität und Diaspora." In: *Rassismus und kulturelle Identität. Ausgewählte Schriften 2*. Hamburg: Argument-Verlag, S. 26 - 43.
- Hitzler, Ronald u. Anne Honer (1994): "Bastelexistenz. Über subjektive Konsequenzen der Individualisierung." In: Ulrich Beck u. Elisabeth Beck-Gernsheim (Hg.), *Risikante Freiheiten. Individualisierung in modernen Gesellschaften*. Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 307 - 315.
- Juncker, Clara (1993): "Cultural (S)Exchanges. Grace Jones's ONE MAN'S SHOW." In: R. Kroes, R.W. Rydell u. D.F.J. Boscher (Hg.), *Cultural Transmissions and Receptions. American Mass Culture in Europe*. Amsterdam: VU Univ. Press, S. 230-239.
- Kaplan, E. Ann (1987): *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. New York: Methuen.
- Lauretis, Teresa de (1987): *Technologies of Gender. Essays on Theory, Film and Fiction*. Bloomington: Indiana Univ. Press.
- Lewis, Lisa A. (1990): *Gender Politics and MTV. Voicing the Difference*. Philadelphia: Temple Univ. Press.
- Maurer, Susanne (1996): *Zwischen Zuschreibung und Selbstgestaltung. Feministische Identitätspolitik im Kräftefeld von Kritik, Norm und Utopie*. Tübingen: Edition Diskord.
- McClary, Susan (1991): "Living to tell. Madonna's Resurrection of the Fleshly." In: *Feminine Endings. Music, Gender and Sexuality*. Minneapolis: University of Minnesota Press, S. 148 - 166.
- Morton, Melanie (1993): "Don't Go for Second Sex, Baby!" In: Cathy Schlichtenberg (Hg.), *The Madonna Connection. Representational Politics, Subcultural Identities, and Cultural Theory*. Boulder, CO: Westview Press, S. 213 - 235.
- Middleton, Richard (1995): "Authorship, Gender and the Construction of Meaning in The Eurythmics' Hit Recordings." In: *Cultural Studies* 9.3, S. 465 - 485.
- Walser, Robert (1993): "Forging Masculinity. Heavy Metal Sounds and Images of Gender." In: Simon Frith, Andrew Goodwin u. Lawrence Grossberg (Hg.), *Sound and Vision. The Music Video Reader*. London: Routledge, S. 153-181.
- Wetterer, Angelika, Hg. (1992): *Profession und Geschlecht. Über die Marginalität von Frauen in hochqualifizierten Berufen*. Frankfurt/M.: Campus.