universität wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Einheit oder Vielfalt? – Repräsentationen von Liebesbeziehungen in den meistgestreamten Musikvideos auf YouTube“

verfasst von / submitted by

Cosma Krause Bakk.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Arts (MA)

Wien, 2021/ Vienna 2021

Studienkennzahl lt. Studienblatt / degree programme code as it appears on the student record sheet:	UA 066583
Studienrichtung lt. Studienblatt / degree programme as it appears on the student record sheet:	Masterstudium Theater-, Film und Medienwissenschaft
Betreut von / Supervisor:	Ass.-Prof. Mag. Dr. Nicole Kandioler

Vorwort & Danksagung

Mein Dank gilt zuallererst Ass.-Prof. Mag. Dr. Nicole Kandioler, die mir durch ihr Feedback mehrmals geholfen hat, noch präziser und tiefergehend zu arbeiten sowie stets den Bezug zu meiner Fachrichtung im Auge zu behalten, anstatt mich ohne roten Faden in der Interdisziplinarität zu verlieren.
Darüber hinaus danke ich meiner Schwester und meinem Papa, die vielleicht gerade als Fachfremde essentielle Formulierungshinweise gaben, sowie meinen Freunden, die so sorgfältig Korrektur gelesen haben, besonders auch Marlene die mir mit ihren TFM-spezifischen Anmerkungen sehr weitergeholfen hat.
Generell gebe ich zu, dass mir im Laufe der Seminare, die die Masterarbeit begleiten, sowie in Unterhaltungen mit Kommiliton*innen und auch durch die Hinweise meiner Betreuerin Zweifel kamen, ob meine Gegenüberstellung von „fiktiven" Medieninhalten mit u.a. sozialwissenschaftlicher Literatur meinem Studienfach „Theater-, Film- und Medienwissenschaft" gerecht wird. Da ich allerdings davon überzeugt bin, dass Wissenschaft immer auch dazu dienen sollte mit ihren Erkenntnissen zu ermöglichen, das Leben nach eigenen Wünschen und Prioritäten zu verbessern, war es mir wichtig Musikvideoinhalte auf eventuell unkonventionelle Weise zu prüfen und ggf. zu kritisieren, auf das jeder daraus seine persönlichen Konsequenzen ziehen (oder nicht ziehen) kann.
Mein persönlicher Hintergrund dazu ist der, dass ich ohne Fernsehen (auch kein Film-Streaming im Internet) aufgewachsen bin, dank CDs kein Radio gehört habe und auch keine Zeitung las. Vielleicht liegt es an diesem (am Durchschnitt gemessenen) medienarmen Aufwachsen, dass ich bis heute immer wieder ungläubig darüber stolpere was wir für Inhalte, und auch auf welche Weise, mit einer Selbstverständlichkeit massenweise konsumieren.
Möglicherweise gehöre ich damit zu einer Minderheit, aber ich würde mir in Bezug auf Unterhaltungsmedien (hier Musikvideos) zweierlei Sachen wünschen: 1. Negative, also z.B. gewalttätige Darstellungen sollten nicht überwiegend als selbstverständlicher und unkommentierter Bestandteil von „Entertainment" verwendet werden. 2. Positive Darstellungen dürfen natürlich Sehnsüchte wecken, aber doch nicht bis zu einem unmöglich zu erreichenden Maß, sodass diese Utopie immer nur im Konsum von Medien „gelebt" werden kann.
Natürlich liegt es mir fern, danach zu verlangen, entsprechende Medieninhalte komplett auszumerzen, doch wie bei allem im Leben kommt es auf das Maß der Dinge an und ich habe den Eindruck, dass dieses Maß in den Musikvideos weit überschritten ist. Mir fällt es schwer zu glauben, dass uns dieser Umstand glücklich macht, daher die folgende Arbeit.

Selbstständigkeitserklärung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst zu haben. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt. Alle von mir für direkte und indirekte Zitate benutzten Quellen sind nach den Regeln des wissenschaftlichen Zitierens angegeben. Mir ist bekannt, dass beim Verstoß gegen diese Regeln eine positive Beurteilung der Arbeit nicht möglich ist. Ich habe die Arbeit bzw. Teile davon weder im In- noch im Ausland zur Begutachtung als Prüfungsarbeit vorgelegt.

1. Einleitung **3**

2. Das Musikvideo als wirtschaftlicher, kultureller und künstlerischer Gegenstand **12**

2.1 Entstehung des Musikvideos und Bedeutung heute 12

2.2 Wirkung von Musik und Musikvideos 20

2.3 Musikvideos und Gender 23

2.4 Forschungsstand Liebesbeziehungen in Musikvideos 28

3. Liebesbeziehung: Definition und Rolle in Gesellschaft und Kunst **30**

3.1 Liebesbeziehung in Kunst und Medien 32

3.2 Darstellung von Liebesbeziehungen in Medien 37

4. Methodisches Vorgehen **41**

4.1 Quantitative Inhaltsanalyse nach Rössler 43

4.2 Codebuch Erläuterung 44

5. Analyse der erfolgreichsten Musikvideos auf YouTube **48**

5.1 Trennung 51

5.2 Frisch verliebt 56

5.3 Kennenlernen 57

5.4 Beziehung 62

6. Resümee **87**

7. Quellenverzeichnis **97**

7.1 Literatur 97

7.2 Online-Quellen 101

7.3 Weitere Quellen 103

7.4 Untersuchte Musikvideos 103

7.5 Bildnachweis 104

8. Abstract **105**

9. Anhang: Codebuch & Analyse **106**

1. Einleitung

Er wirft ihr Fleisch auf den Salatteller und sie verlässt ihn ohne ein Wort und Erklärung, nur ein Bild und ein Zahnschutz bleiben zurück. Dies sind Szenen, die nicht aufeinander folgen und doch beide Teil einer dargestellten Liebesbeziehung in dem am zweithäufigsten gestreamten Musikvideo auf YouTube sind[1] (im meistgestreamten kommt keine Liebesbeziehung vor[2]). Mit 5.256.075.376[3] Aufrufen wird deutlich, wie viele Menschen Ed Sheerans „Shape of You" gesehen haben. Die genannten Szenen sind ein Beispiel für Darstellungen mit zum Teil fragwürdigen Botschaften und Umgangsweisen, die sich aus der Analyse innerhalb der vorliegenden Arbeit ergaben. Fragwürdig in dem Sinne, dass toxische Umgangsweisen miteinander gezeigt werden, die Potenzial hätten, den jeweiligen Partner*innen seelischen oder körperlichen Schaden zuzufügen.

Auf der einen Seite wird zwar ein liebevoller Umgang miteinander auf positive und erstrebenswerte Weise inszeniert. Auf der anderen Seite aber gibt es sehr radikale Erzählungen, die auf eben genannte Weise problematisch sind, wie eine organisierte Entführung, um die Beziehung zu verbessern, ein kriminelles Pärchen, bei dem die Frau ihre seelische und körperliche Unversehrtheit für den Diebstahl aufs Spiel setzt oder Gewaltszenen (gleichermaßen von Frau und Mann ausgehend), die dann in Sexualität münden. Wobei auch diese Geschichten durchweg positiv inszeniert sind, sei es durch ein „Happy End"[4], einen Triumph[5] oder auch dadurch, dass die Sänger*innen die jeweiligen Szenen mit ihrer Mimik positiv kommentieren.[6]

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit der Forschungsfrage: „Wie werden Liebesbeziehungen in den meistgestreamten Musikvideos auf YouTube dargestellt?"

Dazu wurden folgende Thesen aufgestellt:

---

[1] YouTube - Most Viewed Music Videos of All Time https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Letzer Aufruf: 11.04.2021)

[2] „Despacito" - Luis Fonso/Daddy Yankee https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk (Letzter Aufruf: 14.04.2021)

[3] https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Stand: 07.04.2021)

[4] What Do You Mean - Justin Bieber https://www.youtube.com/watch?v=DK_0jXPuIr0 (Letzter Aufruf: 14.04.2021)

[5] Mayores - Becky G/Bad Bunny https://www.youtube.com/watch?v=GMFewiplIbw (Letzter Aufruf: 14.04.2021)

[6] Love The Way You Lie - Eminem/Rihanna https://www.youtube.com/watch?v=uelHwf8o7_U (Letzter Aufruf: 14.04.2021)

T1: Aufgrund des zeitlich kurzen Formats werden in Musikvideos nur Momentaufnahmen von Liebesbeziehungen inszeniert.
T2: Der Umgang zwischen den Partner*innen findet überwiegend nicht auf Augenhöhe statt.
T3: Liebesbeziehungen werden in Musikvideos unrealistisch und überdramatisiert dargestellt.
T4: Die Körper der Protagonistinnen werden häufiger sexualisiert, als die der Protagonisten.

Alle betrachteten Videos haben mindestens 1,5 Milliarden Aufrufe, was die Relevanz ihrer Untersuchung auf darin transportierte Botschaften deutlich macht. Es stellte sich daher die Frage, welche Narrative und Bilder in der Mehrheit der meistgesehenen Musikvideos gezeigt werden.

Friedrichsen fasst die Wichtigkeit der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Musik damit zusammen, dass sie „sowohl im Alltag der Konsumenten als auch ökonomisch von großer Bedeutung"[7] ist und dass die Musikbranche „durch die Verbindung publizistischer und ökonomischer Ziele im Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz einen wichtigen Beitrag zum kulturellen Leben"[8] leistet. Hier wird das doppelseitige Interesse an Musik deutlich, und Musikvideos können als Teil dessen gezählt werden. Ihre persönliche Bedeutung und Wirkung auf den Einzelnen, welche im Kapitel „Wirkung von Musik und Musikvideos" ausgeführt werden, zeugt von einer Intimität, die Anlass gibt künstlerische, kommerzielle und politische[9] Gestaltungsgründe zu hinterfragen. Floros erklärt dazu: „In unserer Gegenwart gewinnt Musik ständig an Bedeutung für den Einzelnen, für die Gesellschaft, für die Nationen, für die Massen. Das ist die Folge sowohl der historischen und technologischen Entwicklung, als auch des regen Kulturaustausches, der Globalisierung und der Verbreitung der Medien."[10]
Weiter zum Thema begreift auch Schuegraf Musikfernsehen als einen bedeutenden Bestandteil von Jugend- und Medienkultur[11], Jost et al. bemerken, „dass Musikvideos in den letzten Jahrzehnten entscheidend zur Neuordnung kultureller Territorien beigetragen

[7] Mike Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", in; Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien, hrsg. v. Stefan Weinacht et al., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S.19
[8] Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.19f.
[9] vgl. Rehbach, S.57
[10] Constantin Floros, *Der Mensch, die Liebe und die Musik*, Zürich: Arche-Verlag 2000, S.13
[11] Martina Schuegraf, *Medienkonvergenz und Subjektbildung: Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet,* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 2008, S.14

haben”[12] und Nitsche formuliert konkret, dass sich das Musikvideo zu einer eigenen Kunstform etabliert hat, „die eine besondere und eingehende Diskussion erfordert.”[13]

Zur Frage der fachlichen Verortung des Forschungsinteresses an Musik und Musikvideos nennt Schramm die Geisteswissenschaften als eine der Forschungsdisziplinen, die sich unter anderem mit der Rezeption und Wirkung von vor allem medial vermittelter Musik beschäftigen, wobei er die Medien- und Kommunikationswissenschaft in den Fokus rückt.[14] Jacke bemerkt neben der Kommunikations- und Medienwissenschaft auch ein Interesse an Musikvideos in der Musik- und Kunstwissenschaft, Psychologie, Pädagogik und Soziologie[15] und erklärt weiter, anhand von möglichen Analysefeldern zum Musikvideo, das eine „durch die Fächer hindurch laufende (...) Analyse (...) vonnöten scheint.”[16] Deshalb wird es in der vorliegenden Arbeit immer wieder vor allem literarische Überschneidungen mit den jeweiligen Fachgebieten geben.

Ebenso soll ein bestehendes filmwissenschaftliches Interesse an Werbespots auf Musikvideos adaptiert werden: Adlaoui-Mayerl legt die Vorteile der Betrachtung dieser so dar, dass sie eine Art Kurzfilm mit Handlung und Charakteren sind[17] und man sie „als eigenständiges Werk auf ihren formalen, künstlerischen Wert, ihren innovativen Charakter oder die Wirkung auf den Rezipienten”[18] prüfen kann. Der Aspekt des Kurzfilms trifft in der vorliegenden Arbeit zu, da nur Musikvideos berücksichtigt werden, die Interaktionen zwischen Partner*innen in einem narrativen Charakter zeigen, welche also über Tanzszenen oder ähnliches hinausgehen.

Zu den genannten Untersuchungspunkten ist zu bemerken, dass eine Medienwirkungsforschung innerhalb der vorliegenden Disziplin nicht behandelt wird, daher ist die Identifizierung der Darstellung von Liebesbeziehungen von vorrangigem Interesse sowie der innovative Charakter in Bezug auf die Darstellung von Rollenbildern. Hierzu werden Vergleiche zwischen bestehenden Erkenntnissen zur Repräsentation von

---

[12] Christofer Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden 2013, S.8

[13] Henry Keazor/Thorsten Wübbena *Rewind, play, fast forward: the past, present and future of the music video*, Bielefeld: transcript Verlag 2010, S.19

[14] vgl. Holger Schramm, *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S.135

[15] vgl. Christoph Jacke, Einführung in Populäre Musik und Medien, Münster: LIT Verlag 2009, S.145

[16] vgl. Jacke, *Einführung in Populäre Musik und Medien*, S.146

[17] vgl. Johanna Adlaoui-Mayerl, „Wien - Casablanca: hin und zurück: Eine Fernsehforschungs-Expedition ins gegenwärtige Marokko des Werbe-Films”, Maske und Kothurn, 49/3, 2003, S.195

[18] vgl. Adlaoui-Mayerl, „Wien-Casablanca: hin und zurück”, S.195

Geschlechterrollen in Musikvideos sowie zu Konstruktionen von Liebesbeziehungen in anderen Medien und den Analyseergebnissen der vorliegenden Arbeit angestellt.
Aus dieser fachlichen Lokalisierung ergibt sich in Bezug auf das Fach in dem die Masterarbeit geschrieben wird, Theater-, Film- und Medienwissenschaft, ein überwiegender Fokus auf die Medienwissenschaft und teilweise auf Aspekte der Filmwissenschaft.

Als Teil von Popmusik kann nach Hohl angenommen werden, dass Musikvideos als Medium der Selbstfindung dienen, Identifikationsschemata konstruieren und die Zuschauer*innen „mit gewissen Ordnungs- und Identifikationsfiguren, die Orientierung im alltäglichen Leben bieten"[19] versorgen. Auch Iványi/Reichertz stellen eine wechselseitige Bedingung von Kultur und Medien dar und erklären eine innerhalb dessen stattfindende Eigen- und Fremdorientierung der Menschen.[20]
Die Frage stellt sich demnach erneut, was sich die Menschen, und hier vor allem Jugendliche und junge Erwachsene,[21] aktuell ansehen, wenn sie Musikvideos konsumieren. Welche Identifikationsfiguren werden angeboten und haben damit Potenzial in der (Weiter-)Entwicklung eine Rolle zu spielen? Sind die transportierten Inhalte tragfähig oder fragwürdig, steht eine z.B. genderbezogene Überarbeitung der Musikvideos an?

Um diese Fragen zu beantworten, soll in der vorliegenden Arbeit untersucht werden, wie Liebesbeziehungen zwischen heterosexuellen Menschen unter 39 Jahren in den weltweit meistgestreamten Musikvideos auf YouTube (Stand April 2021) dargestellt werden.
Von Interesse sind die nach aktuellen Maßstäben erfolgreichsten Musikvideos, weil sie eine relevante Selektion bei dem in der Musik sehr präsenten Thema der „Liebesbeziehung" bieten und weil sie durch ihren Erfolg sichtbar machen, welche Bilder durch Musikvideos besonders weit verbreitet werden. Die Plattform YouTube wurde gewählt, da sie auf Platz zwei der meistgenutzten Webseiten weltweit liegt[22] und bei Jugendlichen (Deutschland, Alter: 12-19 Jahre) sogar auf Platz eins.[23] Eine weitere Statistik des Internationalen Zentralinstituts

[19] Franziska Hohl, „Popmusikforschung avant la lettre: Musiksoziologische Diskurse der 1960er, 70er und 80er Jahre vor dem Hintergrund populärer Musikformen", in *"Zeiten des Aufbruchs" – Populäre Musik als Medium gesellschaftlichen Wandels,* hrsg. v. Dominik Schrage et al., Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019, S.210
[20] vgl. Nathalie Iványi/Jo Reichertz, *Liebe (wie) im Fernsehen: eine wissenssoziologische Analyse*, Opladen: Leske + Budrich 2002, S.9
[21] vgl. Schuegraf, *Medienkonvergenz und Subjektbildung*, S.14
[22] The top 500 sites on the web https://www.alexa.com/topsites (Letzer Aufruf: 14.04.2021)
[23] Welche Angebote im Internet nutzen Jugendliche am liebsten, S.35
http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf (Letzter Aufruf:15.04.2021)

für das Jugend- und Bildungsfernsehen zeigt in der Grunddatenerhebung zur Mediennutzung von Jugendlichen im Jahr 2020 (Ort: Deutschland) in diesem Zusammenhang, dass Musikvideos zu den meistgesehenen Inhalten auf YouTube gehören.[24]

„Liebe" sei laut Burkart schon lange kein wissenschaftlich verpöntes, weil nicht durchschaubares Thema mehr, sondern wird gerade aufgrund seiner immer weiter zunehmenden Bedeutung vermehrt untersucht.[25] Dies macht Sinn, da das Thema Liebe wie unten ausgeführt seit Jahrhunderten in der Kunst allgegenwärtig ist und Kunst als Spiegel dessen, was Menschen beschäftigt oder für sie wichtig ist, gelten kann. Burkart nennt die Existenz als Paar in der heutigen Zeit ein Wertmuster und führt dazu aus:

„Wertmuster sind Ideale, quasi geheiligte Normalitäten, schwer hinterfragbare Selbstverständlichkeiten, die nicht als Zwang empfunden werden, sondern als gewollt und natürlich, sofern sie überhaupt bewusst wahrgenommen werden. Seit der Durchsetzung der Liebe als Basis der Ehe ist es geradezu eine kulturelle Selbstverständlichkeit für den Einzelnen, zu lieben und eine Paarbeziehung einzugehen."[26]

Darüber hinaus erwähnt der Autor zwei für die vorliegende Arbeit sehr interessante Punkte:

1. Die kultursoziologische Sicht auf die Liebe: Hierbei geht man von einem bedeutenden Einfluss von Kultur auf das Empfinden und sogar Entstehen von Gefühlen aus.[27] Als mediales Beispiel werden „die kulturellen Vorbilder, wie sie in Texten der Weltliteratur festgehalten sind",[28] genannt. Weiter sagt der Autor dazu: „Man fühlt so, wie es die kulturelle *Gefühlsnorm* vorschreibt (...). Gefühle sind also nicht genuin subjektive Hervorbringungen, sondern Produkt und Ausdruck der jeweiligen Kultur, in der sie gefühlt werden. Das gilt auch für die Liebe."[29]

   Es ist also durchaus möglich, dass Musikvideos ebenso eine Funktion des „Gefühle-Beibringens" haben. Dazu entstehen zwei Fragen: 1. Auf welche Weise lässt

[24] Was sehen sich Jugendliche auf YouTube an, S.31
http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf (Letzter Aufruf: 15.04.2021)
[25] vgl. Günter Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung - Eine Einführung*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2018, S.4f.
[26] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.26
[27] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.13
[28] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.13
[29] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.13

die Rezeptionsform, die großteilig mobil stattfindet,[30] die Kapazität der Aufmerksamkeit, und dem untergeordnet überhaupt das Einlassen und Abspeichern von Gefühlen zu? 2. Geht mit dem Ansehen von Musikvideos aufgrund ihres mobilen Konsums ein Gefühlsdispositiv einher, das ihre mentale Verarbeitung beeinflusst?

2. Kapitalismus und Liebe werden in ein Verhältnis gesetzt und Burkart bemerkt, dass dieser der Liebe eine Art Marktförmigkeit gibt.[31] Aufgrund der damit zusammenhängenden Beobachtung zunehmender Relevanz von Selbstdarstellung, fragt Burkart, ob „Werbung und Fassade (...) − vielleicht auf Kosten der Aufrichtigkeit und Authentizität"[32] wichtiger werden. Diese Frage kann erneut direkt auf die Musikvideos bezogen werden und ist hierbei für die Analyse essentiell, da im Vergleich von Literatur zu Liebesbeziehungen und den hier entstehenden Forschungsergebnissen ebenso herausgearbeitet werden soll, wie realistisch die Darstellungen innerhalb der Musikvideos sind. Grundsätzlich wird, wie oben in der These deutlich geworden, von einer unrealistischen Darstellung zugunsten der schnellen Unterhaltung ausgegangen. Trotzdem ist es im Interesse der vorliegenden Arbeit, die Grenze auszumachen, wo unrealistische Darstellungen in ihrer gesellschaftlichen Botschaft problematisch werden, wobei dies aufgrund ihrer Wirkung (siehe Kapitel „2.2 Wirkung von Musik und Musikvideos") in Bezug auf Musikvideos relevant ist.

Den im ersten Punkt genannten Zusammenhang zwischen Gefühlen und Kultur führt auch Illouz aus. Sie trägt Erkenntnisse zusammen, die dafür sprechen, dass Erregungszustände erst durch ihre jeweils unterschiedliche kulturelle Wertung zu Gefühlen werden, was bedeutet, dass Kultur bei der Konstitution, Interpretation und Funktionsweise von Emotionen eine wichtige Rolle spielen könnte.[33] Dazu führt sie aus:

„Kultur fungiert dabei als *Rahmen*, innerhalb dessen emotionale Erfahrung organisiert, „etikettiert", klassifiziert und interpretiert wird. Kulturelle Rahmenbedingungen bezeichnen und bestimmen das

[30] Mit welchen Geräten werden soziale Medien genutzt, S.36 & Welche soziale Medien werden am häufigsten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt?
, S.37 http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf
[31] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.14
[32] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.14
[33] vgl. Eva Illouz, *Der Konsum der Romantik - Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2003, S.4

Gefühl, begrenzen seine Intensität, spezifizieren die damit verbundenen Normen und Werte und liefern Symbole und kulturelle Szenarien, die das Gefühl gesellschaftlich kommunizierbar machen."[34]

Dies unterstreicht noch einmal, welchen potenziellen Einfluss Musikvideos als Teil von Kultur haben und welche Verantwortung damit einher geht.

Zum Aufbau der Arbeit: Diese beginnt mit dem Gegenstand des Musikvideos selbst, definiert und verortet ihn, bevor Ergebnisse von bisherigen Musikvideoanalysen zusammengetragen werden, die sich auf das Thema „Gender" beziehen.[35] Da keine Musikvideo bezogenen Betrachtungen direkt zur Darstellung von zwischenmenschlichen Beziehungen inklusive Liebesbeziehungen gefunden werden konnten, das heißt beispielsweise Analysen von Aspekten einer Liebesbeziehung (Umgang miteinander, Kennenlern-Szenarien ect.), bilden Erkenntnisse zur Geschlechterdarstellung in Musikvideos am ehesten eine Ausgangslage, an die sich hier folgend anknüpfen und mit der sich vergleichen lässt.

Darauf folgt eine Einführung zum Thema „Liebesbeziehung", inklusive Definitionen und Berücksichtigung von dessen Bedeutung in Gesellschaft und Kunst. Besonders von Interesse ist in diesem Kapitel jedoch die Konstruktion von Liebesbeziehungen in Medien. Da wie bereits ausgeführt keine Erkenntnisse zu diesem Thema in Musikvideos vorliegen, soll der aktuelle Forschungsstand zur Repräsentation innerhalb von Filmen,[36] TV-Serien[37] und Musik[38] zusammengetragen werden.

Im Hauptteil wird das methodische Vorgehen erläutert, die Analyseergebnisse dargestellt und mit den Erkenntnissen aus der Literatur in Verhältnis gesetzt und diskutiert.

---

[34] Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.4

[35] zB. Erika Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag: Geschlechtsspezifische Darstellungsweisen", in *Clipped differences,* hrsg. v. Dietrich Helms, Bielefeld: transcript Verlag, 2003, S.55ff. & Jennifer M. Hurley, „Music Video and the Construction of Gendered Subjectivity (Or How Being a Music Video Junkie Turned Me into a Feminist)", Cambridge University Press Popular music 13/3, 1994, S.332ff. & Ute Bechdolf, *Verhandlungssache Geschlecht: Eine Fallstudie zur kulturellen Herstellung von Differenz bei der Rezeption von Musikvideos*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S.427ff.

[36] Reidar Due, *Love in Motion – Erotic Relationships in Film*, London/New York: Wallflower Press, 2013, S.13ff.

[37] vgl. Elke Reinhardt-Becker, „Romantik und keine Ende? Liebessemantiken in US-amerikanischen Fernsehserien", in *Sprachen der Liebe in Literatur, Film und Musik,* hrsg. v. Filippo Smerilli/Christof Hamann, Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann, 2015, S.324ff.

[38] vgl. Diedrich Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", in: *Love Me or Leave Me - Liebeskonstrukte in der Populärkultur*, hrsg. v. Doris Guth/Heide Hammer, Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2009, S.133

Als Methode soll eine auf Musikvideos adaptierte Form der quantitativen Inhaltsanalyse nach Rössler dienen, wobei chronologisch die erfolgreichsten Musikvideos betrachtet werden. Es sind dabei einzig Videos von Interesse, in denen narrative Szenen vorkommen, die eindeutig dem Thema Liebesbeziehung zugeordnet werden können.

Ein nach der Vorlage Rösslers erstelltes Codebuch[39] dient der vorliegende Analyse. Die Kapitel dieser folgen dann den innerhalb des Codebuchs festgelegten Kategorien und ordnen sich in ihrer Reihenfolge nach der Häufigkeit (niedrig zu hoch) des Vorkommens innerhalb der analysierten Videos ein: 1. Trennung 2. Frisch verliebt 3. Kennenlernen 4. Beziehung.

Zuletzt wird mit dem Resümee und den Quellen geschlossen. Im Anhang finden sich Codebuch und die formale Analyse.

Zusammengefasst soll also in der vorliegenden Arbeit herausgefunden werden, welche Bilder von Aspekten (Kennenlern-Szenarien, Nähe, Umgangsformen, Konflikte) einer romantischen und partnerschaftlichen Beziehung in den meistgestreamten Musikvideos vorrangig präsent sind, um zu identifizieren welche Darstellungen unter Zuschauer*innen verbreitet werden.
Es geht darum, auf Basis der medienwissenschaftlichen Erkenntnisse einer Wirkung von Musikvideos auf ihre Zuschauer*innen über eine Analyse der Inszenierung hinauszugehen und das Dargestellte neben fachinterner Literatur auch mit fachfremder Literatur zum Thema Liebesbeziehung in Verhältnis zu setzen, um nicht allein den Ist-Zustand zur Kenntnis zu nehmen, sondern diesen auf eventuell unkonventionelle Weise zu kritisieren.

[39] vgl. Patrick Rössler, *Inhaltsanalyse,* Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2017, S.95ff.

2. Das Musikvideo als wirtschaftlicher, kultureller und künstlerischer Gegenstand

Musikvideos werden laut Jost et al. als „in der Regel drei- bis fünfminütige Videofilme, in denen ein Musikstück (Pop- und Rockmusik in allen Spielarten) von einem Solointerpreten oder einer Gruppe in Verbindung mit unterschiedlichen visuellen Elementen präsentiert wird" [40] beschrieben. Darüber hinaus erklären sie es als bezeichnend für die Form des Musikvideos, dass eine Masse an Anspielungen und Bezügen zu einer Vielfalt an Personen, Ereignissen, Symbolwelten usw. in assoziativer Weise verknüpft werden.[41]

Auch Höller bemerkt dazu, dass sich im Musikvideo Pop und Bildende Kunst verweben[42] und führt dann weiter aus: „Man hat sich (...) auf eine gemeinsame Basis in einer verbindenden, alle möglichen Enden miteinander kurzschließenden Netzwerkhaftigkeit geeinigt."[43]

Diese Definitionen fassen die Verwendung von Metaphern und Sinnbildern, die einen beim Ansehen von Musikvideos geradezu überrollt, treffend zusammen. Zum vorliegenden Thema der Arbeit wäre es auch auf dieser Ebene möglich viel zu analysieren, insbesondere im Bereich des Tanzes, jedoch ist es aufgrund des Umfangs der Arbeit nötig, sich auf die narrativen Elemente zu beschränken.

In diesem Kapitel soll nun ein kurzer Einblick zur Entwicklung des Musikvideos von Beginn bis heute gegeben, sowie das Thema der Wirkung von Musikvideos betrachtet werden. Dies geschieht vorwiegend in Bezug auf Gender, da hier zum einen wie beschrieben der nächste Bezug zum Thema der Liebesbeziehung besteht und zum anderen von Interesse ist, inwiefern die daraus bereits vorhandenen Erkenntnisse innerhalb der Darstellung von partnerschaftlichem Umgang weitergesponnen oder widerlegt werden.

2.1 Entstehung des Musikvideos und Bedeutung heute

Keazor/Wübbena erklären zur ursprünglichen Entstehung von Musikvideos, dass diese eine kostengünstigere Alternative zu Auftritten boten, weil die Künstler*innen dadurch in mehreren Fernsehsendungen parallel präsent sein konnten. Gleichzeitig eröffnete diese neue

[40] Christofer Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden 2013, S.8
[41] vgl. Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten*, S.11
[42] vgl. Christian Höller, „Post-Net, Post-Pop?" in: *after youtube*. hrsg. v. Lars Henrik Gass/Christian Höller/Jessica Manstetten, Köln: Strzelecki Books, 2018, S.32
[43] vgl. Höller, „Post-Net, Post-Pop?", S.45

Präsentationsform die Möglichkeit sich mit zusätzlichen und differenzierten Mitteln zu stilisieren und die Fans „durch scheinbare Öffnung und Nähe Anteil nehmen zu lassen."[44] Was mit bloßen Aufnahmen von Konzertsituationen begann,[45] wandelte sich besonders in den 1980er und 1990er Jahren zu innovativen und subversiven Inszenierungen.[46] Jost et al. legen dar, dass Musikvideos ihren festen Platz in der Populärkultur ursprünglich durch die spezifische Distributionsform des Musikfernsehens (beispielsweise Sender wie MTV und VIVA) erlangten.[47] Auch Schmidt et al. bemerken, dass es clipartige Verbindungen von Musik und Bild schon vorher gab, dass aber erst „die historisch einmalige Verschränkung einer spezifischen Darstellungsform (Verschmelzung von (Pop-)Musik und (Video-)Bild) mit einer spezifischen Distributionsform (Musikfernsehen) dem Musikvideo einen festen Platz innerhalb der Populärkultur"[48] gab.

Friedrichsen erklärt zur Musik als Wirtschaftsgut, dass Originalität häufig im außermusikalischen Bereich gesucht wird,[49] wozu auch Musikvideos gezählt werden können. Hier zeigt sich ihre aktuell weiter bestehende ökonomische Bedeutung, vor allem da der Autor weiter eine gleichzeitige Anpassung der Musik an den breiten Hörer*innengeschmack erwähnt,[50] was deutlich macht, in welche Richtung Markterweiterung angestrebt wird.
Ochsner bemerkt in Bezug auf Wirtschaft und Musikvideos: „Ihre Fähigkeit, Emotionen zu wecken und unmittelbar zu befriedigen, wird von der Musikvideobranche dabei von Anfang an und mehr oder weniger unkritisch an den Promotionszweck rückgebunden."[51]

Zur vor neun Jahren noch präsenten Diskussion, ob das Ende des Musikvideos bald eintreten wird[52] bzw. schon eingetreten ist oder eine „digitale (Wieder-)Auferstehung im Rettermedium Internet"[53] stattfindet, lässt sich inzwischen eine klare Tendenz zu zweitem ausmachen.

---

[44] vgl. Henry Keazor/Thorsten Wübbena *Rewind, play, fast forward: the past, present and future of the music video*, Bielefeld: transcript Verlag 2010, S.69
[45] ebd.
[46] vgl. Beate Ochsner, „Von intermedialer Konvergenz zu „produsage" oder: Die Neue Partizipationskultur im Musikvideo", in: *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien,* hrsg. v. Nadia Elia-Borer et al., Bielefeld: transcript Verlag, 2011, S.189
[47] vgl. Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten,* S.7f.
[48] Axel Schmidt/Klaus Neumann-Braun/Ulla Autenrieth, *Viva MTV! reloaded: Musikfernsehen und Videoclips crossmedial*, Baden-Baden: Nomos, 2008, S.12
[49] Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.26
[50] Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.26
[51] Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu „Produsage"", S.189
[52] vgl. Schmidt et al., *Viva MTV! reloaded*, S.13
[53] Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu 'Produsage'", S. 190

Nitsche erklärt: „Seit sich Videos störungsfrei streamen lassen, hat sich das Internet zum Leitmedium für die Sichtung von Musikvideos entwickelt".[54]

Heute spielt dabei die Plattform YouTube die größte Rolle und ist wie Mathei erklärt ein Musikarchiv, welches über ein zu digitalen Musicstores vergleichbares Empfehlungssystem verfügt.[55] Für die vorliegende Fragestellung war es interessant, diese Beobachtung präsent zu halten, da sie einen Hinweis auf eine möglicherweise vorhandene Ähnlichkeit in der Darstellung von Liebesbeziehungen innerhalb der erfolgreichsten Musikvideos untereinander bot.

Der Konsum des Musikvideos im Internet, und auch hier explizit auf der Plattform YouTube, hat den Umgang der Rezipient*innen und damit auch in einer Wechselwirkung der an der Entstehung von Musikvideos Beteiligten grundlegend verändert.[56] Ochsner gibt den Konsument*innen durch die Möglichkeit und Nutzung eines interaktiven Umgangs den Namen „produser" und erklärt dazu, dass die daraus entstehende Akteur*innen-Netzwerk-Struktur „die ehemaligen Disziplinen-, Medien- und Marktgrenzen zwischen Regisseur, Designer, Musiker und Multimediaautor, zwischen Kino, Musik, Web, Animation und Computerspielen wie auch zwischen Produktion, Distribution und Konsum/Rezeption auflöst."[57]

Diese Beobachtung stammt aus dem Jahr 2011, also zu einem Zeitpunkt, als YouTube seit sechs Jahren online war und überdies ein Tool angeboten hatte, um direkt auf der Plattform Videos neu zu schneiden, zu collagieren etc., welches auch bei Musikvideos genutzt wurde.[58] Diese genannte Interaktivität markiert zum einen wesentliche Unterschiede zur Rezeption von Musikvideos im Fernsehen und bietet damit andererseits auch einen Anhaltspunkt zur Entwicklung dieser bis heute.

Reichert bemerkt jedoch, dass Angebote der gestalterischen Interaktivität durch Zuschauer*innen eher geringfügig genutzt werden und dass das Musikvideo seine technisch traditionelle Form aus Zeiten des Musikfernsehens weitgehend beibehalten hat.[59]

---

[54] Nitsche, „Denken Sie Groß", S.11

[55] vgl. Mathei, „Musik 2.0: Haben sich jetzt alle wieder lieb?", S.285

[56] vgl. Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu 'Produsage'", S.193

[57] Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu 'Produsage'", S.193

[58] ebd.

[59] vgl. Ramón Reichert, „Musikvideos im Social Web – Zur Ästhetik und Praxis kultureller Appropriation in partizipatorischen Medien", in *Populäre Musikkulturen im Film*, hrsg. von Carsten Heinze/Laura Niebling, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016, S.94

Den entscheidenden und für die vorliegende Arbeit äußerst relevanten Unterschied in der Internet-Distribution und damit einhergehender sozialer Beteiligung fasst er wie folgt zusammen:

„In jedem Fall werden Musikvideos heute weitgehend online auf Videoplattformen angesehen, mobil konsumiert und sozial geteilt. Musikvideos der Gegenwart sind folglich immer schon eingebunden in den Kontext und die Dynamik der Sozialen Medien. Diese technisch-medialen Infrastrukturen bilden hybride Kollektive, die neuartige Sozial- und Medienbeziehungen in vernetzten Verhandlungsspielräumen hervorbringen. Kulturelle Artefakte wie (...) Musikvideos erfahren vor diesem Hintergrund einen vielschichtigen Umbruch und werden vermittels Peer-to-Peer Netzwerken, mobilen Medien und Echtzeit-Konnektivität stärker in die sozial geteilte Alltagskultur eingebettet."[60]

Diese Übersicht macht zum einen deutlich, wie nah Musikvideos dem Alltagsleben der Zuschauer*innen sind und geben ebenso auch Hinweis auf die persönliche Bedeutung und den Einfluss auf das eigene Leben, welcher im Kapitel der Wirkung von Musikvideos näher ausgeführt wird. Weiter jedoch zeigt sich darin auch die Macht, die eben jene Konsument*innen haben, (zukünftige) Inhalte indirekt mitzubestimmen. Auch Ochsner bemerkt diese Macht der Konsument*innen, die sich zum einen an personenspezifischer Aneignung kultureller Produkte und deren Entwicklung zu neuen Kulturen festmacht, welche wiederum von der Industrie aufgegriffen werden.[61] Zum anderen findet durch die Selektion der Zuschauer*innen auch eine Sinngebung der Inhalte statt, welcher sich die Kulturindustrie teilweise beugen muss.[62]
Zuletzt findet sich in Reicherts Zitat auch ein Hinweis zur oben genannten Frage des Dispositivs der Rezeptionsform und der damit zusammenhängenden Gefühlsnorm. Aus der Zusammenfassung des Autors kann man von einer freiwilligen Rezeption ausgehen, da sich die Nutzung eindeutig im Freizeitbereich einordnet, was tendenziell für eine positive Grundstimmung sprechen könnte. Weiter findet die Rezeption durch die Verbindung mit anderen Menschen (vor allem durch die sozialen Medien und auch dadurch, dass YouTube

[60] Reichert, „Musikvideos im Social Web", S.108
[61] vgl. Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu 'Produsage'", S.186
[62] vgl. Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu 'Produsage'", S.186

selbst zu den sozialen Medien gehört[63]) in einem ständigen Austausch, der von Rückversicherung, Diskussionen und Empfehlungen geprägt sein wird, statt.

Für die aktuelle Bedeutung von Musikvideos ist weiter Friedrichsens Ausarbeitung der Wandlung des gesamten Musikgeschäftes durch die Digitalisierung zu beachten. Diese macht es laut dem Autor theoretisch möglich (und wird auch von manchen Künstler*innen praktisch genutzt), ganz ohne Plattenfirma und Distributionsplattform, die Musik direkt an die Abnehmer zu übergeben.[64] Solche Optionen werden ebenfalls einen entscheidenden Einfluss darauf haben, wie Musikvideos heute gestaltet werden und sind auf die Frage hin interessant, ob darin andere Narrative verwendet werden, als in Musikvideos, die mit Geldern von Plattenfirmen finanziert sind. Im nachfolgenden Sample findet sich bedauerlicherweise kein solches Video, sodass diese Frage hier nicht beantwortet werden kann. Zum ersten Punkt allerdings sollen in der Analyse und Auswertung beim Vergleich zwischen den Musikvideos, die unterschiedlichen Entstehungszeiten berücksichtigt werden.

In der gegenwärtigen Literatur zum Musikvideo findet sich besonders häufig die Diskussion, dieses zwischen Kunst und Kommerz einzuordnen. Insgesamt wird ein Bild gezeichnet, welches Musik und seine Produkte in einem stetigen Spannungsfeld dieser beiden Bereiche sieht. Friedrichsen erläutert aus grundsätzlicher Perspektive dazu: „Der Musikwirtschaft kommt als Kulturwirtschaft eine außergewöhnliche Stellung innerhalb der Betriebswirtschaft zu. Es herrscht eine Interdependenz zwischen betriebswirtschaftlichen und künstlerischen Zielen, welche nicht immer komplementär sind."[65]
Zumindest durch das Wegfallen von Einschränkungen durch das Musikfernsehen entstand für die Internet-Musikvideoproduktion erstmalig eine ganz neue künstlerische Freiheit.[66] Schmidt et al. definieren das Musikvideo direkt als eine Kunstgattung respektive einem ästhetischen Gebilde, welches eigenen Gestaltungsprinzipien folgt und bei dem ihre Funktion als „warenförmiger Programminhalt" zweitrangig ist.[67] Die Autor*innen begründen diese

[63] Welche soziale Medien werden am häufigsten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt? , S.37 http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf
[64] vgl. Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.27f.
[65] Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.23
[66] vgl. Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu 'Produsage'", S.192
[67] vgl.Schmidt et al., *Viva MTV! reloaded*, S.11f.

künstlerische Ausdrucksform mit dem Umstand, dass es Ausstellungen und Retrospektiven zu Musikvideos gibt.[68]

Jost et al. betonen wiederum die überwiegend kommerzielle Funktion des Musikvideos und erklären, dass diese die Ästhetik der Videos mitbestimmt und formt[69]: „Das kommerzielle Musikvideo ist also insbesondere kulturindustriellen und medienökonomischen Zwängen sowie − daraus resultierend populärkulturellen Gestaltungszwängen unterworfen."[70]

Vor dem Hintergrund der seit Jahren sinkenden Umsätze der Musikindustrie[71] ist anzunehmen, dass diese kommerzielle Bedeutung stetig an Wichtigkeit zunimmt, um die monetären Verluste einzudämmen.

Friedrichsen erklärt die Problematik der kommerziellen Gewichtung nochmal in Bezug auf Musik:

„Durch diese Preisgabe musikalischer Gebrauchswerte rückt die Musik schnell in die Nähe der bloßen Reklame für sich selbst und unterwirft sich so den spezifischen Prinzipien der Werbung z.B. durch permanente Wiederholung. Diese Verselbstständigung des warenästhetischen Scheins führt dazu, dass dieser selbst Gebrauchswertcharakter annimmt und so über das bloße Versprechen eines qualitativen und quantitativen Optimums der Trägerware hinaus greift, indem dem Konsumenten Gebrauchsfunktionen wie soziale Identität und soziale Differenzierung in Aussicht gestellt wird."[72]

Das Musikvideo kann eindeutig als so eine „Reklame" für die Musik selbst eingeordnet werden und hier findet sich demnach auch die oben genannte Verbindung zwischen Werbespots und Musikvideos auf analysierender Ebene.[73]

Die Ausführung Friedrichsens knüpft weiter an die von Burkart genannte Schwierigkeit an, dass Werbung auf Kosten von Aufrichtigkeit stattfindet.[74] Zum anderen bildet sie eine Aussicht auf die identitären Angebote durch Musik und Musikvideos, welche im nächsten Kapitel ausgeführt werden.

---

[68] vgl.Schmidt et al., *Viva MTV! reloaded*, S.13
[69] vgl. Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten,* S.10
[70] Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten,* S.13
[71] Weltweiter Umsatz der Musikindustrie in den Jahren 1999 bis 2020 https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182361/umfrage/weltweiter-umsatz-der-musikindustrie-seit-1997/ (Letzter Aufruf: 03.05.2021)
[72] Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.25
[73] vgl. Adlaoui-Mayerl, „Wien-Casablanca: hin und zurück", S.195
[74] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.14

Mit der Gründung von Spotify 2006,[75] dessen steigendem Erfolg und dem Aufkommen weiterer Streamingdienste sind die Verkäufe physischer Tonträger gesunken und selbst MP3-Käufe sehr niedrig.[76] Das heißt, in Zeiten des Musikstreamings und -downloads ist es nicht mehr selbstverständlich der Musik ein „Gesicht/Symbol/Charakter" u.ä. zu geben, wie es zum Beispiel CDs mit entsprechend gestalteten CD-Heften vermochten. Daher könnte das Musikvideo eine Möglichkeit bieten, diese Verknüpfung herzustellen. Dies wäre auf emotionalisierende und identitätsstiftende Weise möglich, was wiederum Mittel sein kann, Fantum auszubauen, welches bestenfalls in häufigem Streamen oder sogar Musikkauf und Konzertbesuch mündet.

Auch Gärisch betont, dass die Bildung starker Musikmarken, wozu auch Künstler*innen selbst zählen, Tonträgerabsätze sichern kann[77] und führt weiter zu dieser Markenbildung aus: „Im Fokus stehen hierbei die Entwicklung und Prägung eines musikalischen Angebots, das aufgrund seines wirkungsstarken Images über das Kernprodukt hinaus attraktiv erscheint und dadurch Kauftransaktionen evoziert."[78] Als Kernprodukt könnte man demnach die Musik selbst zählen und als weitere musikalische Angebote Musikvideos, Konzerte usw. annehmen.

Daneben machen Keazor et al. jedoch deutlich, dass das Musikvideo längst mehr als eine Produkt bewerbende Funktion hat und dabei vielmehr schon selbst zum Produkt geworden ist.[79] Dies arbeiten sie 2005 heraus, welches das Gründungsjahr von YouTube ist.[80] Das bedeutet heute, 16 Jahre später, wo Künstler*innen inzwischen auch durch die YouTube-Streams selbst Geld verdienen,[81] muss sich dieser Produktcharakter des Musikvideos noch viel weiter entwickelt haben und im selben Maß an Relevanz zugenommen haben.

Ochsner erklärt ebenso, dass mit der Abwanderung der Musikvideos vom Fernsehen zum Internet eine grundlegende Umgestaltung der „kulturellen Produktions-, Distributions-,

---

[75] Daniel Ek und die Spotify-Story https://www.starting-up.de/geschaeftsideen/unternehmer-typen/daniel-ek-und-die-spotify-story.html (Letzter Aufruf: 25.12.2020)

[76] Umsatz: BVMI https://www.musikindustrie.de/markt-bestseller/musikindustrie-in-zahlen/umsatz (Letzter Aufruf: 22.03.2021)

[77] vgl. Gärisch, „Maßnahmen der Medienmarkenbildung in der Musikwirtschaft", S.26 & 29

[78] Gärisch, „Maßnahmen der Medienmarkenbildung in der Musikwirtschaft", S.26

[79] vgl. Keazor/Wübbena, *Video Thrills The Radio Star*, S.14

[80] vgl. Jessica Nitsche, „Denken Sie Groß & denken Sie online", in: *after youtube,* hrsg. v. Lars Henrik Glass et al., Köln: StrzeleckiBooks 2018, S.11

[81] So kannst du auf YouTube Geld verdienen https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=de (Letzter Aufruf: 16.04.2021)

Rezeptionsprozesse und -bedingungen"[82] stattfand und -findet. In dieser Aussage werden alle genannten Punkte der aktuellen Umstände und Dispositive zusammengefasst und mit dem Übergang ins Internet verknüpft.

Weitere Stimmen zur Diskussion, ob das Musikvideo mehr der Kunst oder der Wirtschaft untergeordnet ist, fasst Friedrichsen so zusammen, dass der ökonomische Aspekt grundsätzlich zu überwiegen scheint, schlussendlich wird jedoch eingeräumt, dass der kommerzielle Erfolg faktisch nicht garantiert werden kann und damit auch nicht kalkulierbar ist.[83] Vor dem Hintergrund dieser Unsicherheit zwecks wirtschaftlichen Erfolgs scheint also in einem gewissen Maße nur zu verbleiben, sich auf den künstlerischen Aspekt zu konzentrieren.

Rehbach positioniert sich ebenfalls auf der künstlerischen Seite des Musikvideos und argumentiert (auf für die vorliegende Untersuchung besonders relevante Weise): "Denn in der Beschreibung und Interpretation von reflexiven Darstellungen kommerzieller Clips ist zu berücksichtigen, dass auch der Inszenierung von Werken, die als Unterhaltungsangebot für ein breites Publikum fungieren, künstlerische Absichten vorausgehen können."[84]

Der Autor nennt in diesem Zusammenhang die Einordnung des Musikvideos als rein wirtschaftliches Medium eine Missachtung der ihm innewohnenden kulturellen Bedeutung der Bilderwelten.[85] Er kritisiert die Ansichten, welche allein durch die (auch) bestehende Intention eines wirtschaftlichen Erfolgs der Musikvideos, einen Widerspruch dazu sehen, dass das Musikvideo ebenso auch Kunst ist.[86] Rehbach führt diese Positionen auf veraltete Ansichten zurück, deren Ursprung er bei Vertretern der Frankfurter Schule sieht, sowie in deren Einordnung technischer Medien als bedrohliches Amüsement, welches das eigene Denken unterbindet.[87] Zusammenfassend sagt er:

"Die Verurteilung des Untersuchungsgegenstandes als ein Medium, das sich aus finanziellen Erwägungen mit Darstellungen begnügt, die den Star in einem positiven Licht erscheinen lassen und vom Betrachter keine kognitive Anstrengung erfordern, erweist sich als zu pauschal. Anstatt dem Musikvideo zu unterstellen, auf der Bildebene Klischees und Oberflächlichkeiten

[82] Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu „Produsage"", S.189
[83] vgl. Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.23
[84] Simon Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo – Das Fernsehen als Gegenstand intermedialer Beobachtung*, Bielefeld: transcript Verlag 2018, S.54
[85] vgl. Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.54f.
[86] vgl. Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.55
[87] vgl. Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.56

Abwechslungsreichtum und Ernsthaftigkeit vorzuziehen, kann hergleitet werden, dass das postmoderne Unterhaltungsprodukt durchaus vielschichtig ist und kontroverse gesellschaftliche Sachverhalte kommentiert."[88]

Der Autor sieht hier vielmehr einen Zusammenhang vom Musikvideo zur Pop Art, welche eine ironische Reflexion der kommerziellen Massenkultur darstellt und hierbei mit der Entwicklung einer individuellen Filmsprache von Künstler*innen zusammenhängt.[89]

Ausgehend von Rehbachs Argumentation, sowie der eigenen Schlussfolgerung zu Friedrichsens Bemerkung des unkalkulierbaren Erfolges von Musikvideos,[90] wird in der vorliegenden Arbeit von Musikvideos als Kunst gesprochen, sowie von den daran Beteiligten als Künstler*innen. Auf dieser Grundlage finden ebenso im gesamten Text Vergleiche zwischen Literatur zur Liebe in der Kunst und den untersuchten Musikvideos statt.

2.2 Wirkung von Musik und Musikvideos

Dass Medien auf Individuen, ihr Wissen und Handeln wirken, ordnet Kübler dem selbstverständlichen, alltäglichen Bewusstsein zu und nennt Wirkungsannahmen als Teil des Selbst- und Funktionsverständnis von Medienschaffenden und Medien.[91] Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene werden in diesem Zusammenhang immer wieder erwähnt und untersucht. Schuegraf sagt dazu beispielsweise, dass Jugendkulturen zunehmend durch Medien geprägt sind.[92]
Explizit auf Musik und Handeln bezogen erklärt DeNora:

„Es wird davon ausgegangen, dass sie sich wechselseitig performativ hervorbringen. Das eine lässt sich insofern nicht klar vom anderen unterscheiden, als klangliches Tun und stärker „reflexive" oder kognitive Formen von Handeln wie Reden oder Schreiben sich wechselseitig aufeinander beziehen; es sind verschiedene, aber miteinander verbundene *Modalitäten* gemeinsamen Daseins in der Zeit. Eine

[88] Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.58
[89] vgl. Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.58f.
[90] vgl. Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.23
[91] vgl. Hans-Dieter Kübler, „Medienwirkungen versus Mediensozialisation", in: *Handbuch Mediensozialisation,* hrsg. v. Ralf Vollbrecht/Claudia Wegener, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S.17
[92] vgl. Schuegraf, *Medienkonvergenz und Subjektbildung*, S.14

solche Perspektive ist zugleich aufmerksam dafür, wie Musik „in Aktion" gerät, das heißt, wie sie in Handlungen eingeht und wie Handlungen in Musik eingehen."[93]

Konkret in Bezug auf Musikvideos merkt Siedenburg an, dass viele Untersuchungen „auf eine hohe Wirksamkeit stereotyper Entwürfe von Weiblichkeit und Männlichkeit"[94] hinweisen, die ebenfalls mit Handlungen eng verknüpft sind, worauf im nächsten Kapitel noch näher eingegangen wird.

In der Literatur ist man sich jedoch zumindest einig; das Musikvideosehen ist weder ein passives, randomisiertes Konsumieren noch wird Dargestelltes ohne Reflektion als Abbildung der Realität anerkannt. Der Aspekt der Identitätsformung ist dabei trotzdem omnipräsent, allerdings durch aktive Selektion und Mitgestaltung.

Ochsner formuliert beispielsweise: „So wird der Konsument nicht als passiver Abnehmer, sondern als aktiver Produzent begriffen, der allein schon durch seine Produktauswahl an seiner Identität „bastelt".[95] Und auch Funk-Hennings erklärt das Publikum als ein aktives, welches Musikvideos „nach eigenen Bedürfnissen und geschlechtlicher Position, sowie dem individuellen Lebenskontext unterschiedlich interpretiert."[96]

Bechdolf bemerkt weiter zum Thema: „Das Musikvideosehen ist also immer auch „Verhandlungssache", denn die jugendlichen Zuschauerinnen bzw. Zuschauer (...) nehmen hauptsächlich auf jene Bedeutungen Bezug, die ihnen jeweils am meisten Lust, Vergnügen, Spaß bereiten."[97] Hiermit wird also erneut der oben genannte Aspekt der Wechselwirkung deutlich und das auf Nachfrage beruhende inhaltliche Angebot von Musikvideos wahrscheinlich.

Bonfadelli äußert zusammenfassend, dass „die neuere Auffassung der Medienwirkung, als aktives, durch den Rezipienten gesteuertes, sinnhaftes Interaktions- und konstruktives Rezeptionsgeschehen"[98] gesehen wird, sowie mit unterschiedlicher Medienwirkung zu

---

[93] Tia DeNora, „Turn, Turn, Turn! - Zur Musikalisierung der Kultursoziologie durch die culture-in-action-Perspektive", in *"Zeiten des Aufbruchs" - Populäre Musik als Medium gesellschaftlichen Wandels*, hrsg. von Dominik Schrage/Holger Schwetter/Anne-Kathrin Hoklas, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, S.35

[94] Ilka Siedenburg, „Populäre Musik, Gender und Musikpädagogik: Wirkungsebenen der Kategorie Geschlecht in musikalischen Aneignungs- und Vermittlungsprozessen", in: love & passion - Gender und Musik(praxis), hrsg. v. Dagmar Filter/Jana Reich, Norderstedt: BoD 2017, S.223

[95] Ochsner, „Von Intermedialer Konvergenz zu „Produsage"", S.185

[96] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag", S.57

[97] Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.428

[98] Heinz Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung I*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2004, S.26

rechnen ist, je nachdem welche Erwartungen, Interessen, Bedürfnisse und Motivationen hinter der Mediennutzung stehen.[99]

Jedoch erklärt der Autor ebenso, dass sich Wirkungsforschung zum größten Teil noch mit individuellen Medieneffekten befasst und eine Berücksichtigung von Auswirkungen auf größere Systeme wie auch Gruppen von Relevanz wären.[100] Dies wäre zum Beispiel im vorliegenden Zusammenhang interessant, wenn man die Botschaften der Musikvideos einer*s bestimmten Künstlerin*s zusammenfasst und mit den Einstellungen der Fangruppen zu den jeweiligen Themen vergleicht. Oder auch wenn man, wie vorliegend, die Botschaften der erfolgreichsten Musikvideos zusammenfasst und diese in einem weiteren Schritt mit den Einstellungen häufig rezipierender Personen gegenüberstellen würde.

Die Funktion von Musik liegt laut Friedrichsen in Kontemplation und emotionaler Ansprache in Form von beispielsweise Unterhaltung, Entspannung, Repräsentation und Identifikation,[101] was in gewissem Grad sicherlich ebenso auf Musikvideos zutrifft.

Welche Bedeutung diese Erkenntnisse zu Medien insbesondere Musik für die Wirkung von Musikvideos haben, soll im nächsten Unterkapitel herausgearbeitet werden.

Neben dem im Zusammenhang mit sozialer Wirkung präsenten Thema des Genders muss an dieser Stelle daher auch ein kurzer Exkurs zum Thema Produktplatzierung gegeben werden, welches ein Beispiel für die Nachweisbarkeit der Wirkung von Musikvideos darstellt.

Unter Produktplatzierung wird allgemein die Einbettung von Produkten in Medien in einer nicht-werblichen Form und Erscheinung verstanden.[102] Busch et al. führen dazu weiter aus: „Markenartikelhersteller sind darum bemüht, ihre eigenen Marken in derartige Produktionen einzubringen und erhoffen sich aus der sichtbaren Verwendung ihrer Marken positive Auswirkungen auf Bekanntheit und Sympathiewerte."[103]

Omarjee/Chiliya beschreiben Musikvideos als ein lukratives Medium für Unternehmen ihre Marke in Form von Produktplatzierungen an die Zielgruppe zu kommunizieren. Besonders in

---

[99] vgl. Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung I*, S.19
[100] vgl. Bonfadelli,*Medienwirkungsforschung I,* S.21
[101] vgl. Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.25
[102] vgl. Brian Gillespie/Jeff Joireman, „The Role of Consumer narrative Enjoyment and Persuasion Awareness in Product Placement Advertising", American Behavioral Scientist, 60/12, 2016, S.1510
[103] Rainer Busch et al., *Integriertes Marketing*, Wiesbaden: Gabler / GWV Fachverlage GmbH 2008, S.465

den Musikgenres Pop, Rap und R'n'b ist die Platzierung von Marken beliebt.[104] In ihrer Studie mit 420 Teilnehmer*innen konnten sie eine Wirkung auf die Kaufabsichten der dargestellten Marken durch die Produktplatzierung feststellen.

Innerhalb der Wirkungsforschung von Produktplatzierung wird besonders auch Involvement als wichtiger Einflussfaktor genannt[105]. Krishen/Sirgey bemerkten dazu im Zusammenhang mit der Rolle von Musiker*innen: „involvement with the musician is likely to motivate the viewer to focus and allocate cognitive processing capacity to evaluate the symbolic cues related to brand personality".[106]

Diese Beobachtung kann wiederum auch einen Hinweis zur sozialen Wirkung von Musikvideos geben, insbesondere also wenn die Zuschauer*innen Fans der Musiker*innen sind. Zuletzt ist dazu auch Bilandzics et al. Erkenntnis von Interesse, dass Menschen sich „besser an Medieninformationen(...) [erinnern], wenn die Informationen mit Emotionen verknüpft sind."[107] Wie bisher deutlich geworden ist, ist Emotionalität etwas der Musik grundlegend Zugehöriges, womit auch hier noch einmal das Potenzial ihrer Wirkung, sowie auch das von Musikvideos deutlich wird.

2.3 Musikvideos und Gender

In diesem Unterkapitel muss vorab der Begriff „Gender" definiert werden und in Verhältnis zu Musikvideos gesetzt werden. Funk-Hennings erklärt, dass in der englischen Sprache zwischen biologischem (sex) und sozialem/kulturellem (gender) Aspekten des Geschlechts unterschieden wird, woher auch der Begriff „Gender" rührt, da es hier im deutschen kein Äquivalent gibt.[108] Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese „Einteilung" kritisch diskutiert wird, da die Frage besteht, ob auch das „biologische Geschlecht" sozial und kulturell konstruiert ist.[109] Welche Rolle diese Problematik in Bezug auf Musikvideos und die

---

[104] vgl. Lameez Omarjee/Norman Chiliya, „The Effectiveness of Product Placement in Music Videos: A Study on the Promotion Strategies for Brands and Products to Target the Y Generation in Johannesburg", Mediterranean Journal of Social Sciences, 5/20, 2014, S.2095

[105] vgl. Christian Schemer et al., „Werbewirkung ohne Erinnerungseffekte?: Eine experimentelle Studie zum Mere Exposure-Effekt bei Product Placements", Zeitschrift für Medienpsychologie, 19/1, 2007, S.2

[106] Anjala S. Krishen/Joseph M. Sirgy, „Identifying With the Brand Placed in Music Videos Makes Me Like the Brand", Journal of current issues and research in advertising, 37 /1, 2016, S.49

[107] Helena Bilandzic et al., *Medienrezeptionsforschung*, Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2015, S.46

[108] vgl. Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag", S.55

[109] vgl. Judith Butler, *Undoing Gender*, New York/London: Routledge 2004, S.75ff.

darin vorkommenden „weiblichen“ und „männlichen“ Körper spielt, kann aufgrund des Umfangs der vorliegenden Arbeit hier nicht ausgeführt werden. Trotzdem ist es wichtig diesen Punkt aufgrund dessen Relevanz zu nennen, obgleich es im Folgenden nur um den wie oben genormten Begriff „Gender” gehen wird.
Funk-Hennings erklärt dazu weiter, dass Gender Studies „die Frage nach der diskursiven Produktion des Weiblichen und Männlichen in den Vordergrund”[110] rücken und fasst die Frage in Bezug auf Musikvideos wie folgt zusammen:

„Es geht nicht länger darum herauszufinden, wie Frauen durch patriarchalische Medienstrukturen ausgeschlossen werden, sondern darum, mit welchen diskursiven Strategien diese Geschlechterdifferenz z.B. in Musikvideos immer wieder aufs Neue hergestellt wird. Es gilt danach zu fragen, welcher Zusammenhang zwischen den geschlechtsspezifischen Identifikationstrategien, die dem Musikvideo eingeschrieben werden, und der Herstellung einer Geschlechtsidentität im Prozess der medialen Konsumption besteht.”[111]

Hier nennt die Autorin die ebenfalls schon dargelegten zwei relevanten Säulen der Musikvideoanalyse: zum einen die Frage nach der Wirkung auf die Zuschauer*innen (in dem selektiven, interaktiven Sinn, wie oben ausgeführt), zum anderen die Frage nach den gesendeten Botschaften selbst. Ihre Frage dazu soll hier konkret genannt werden, um sie abschließend im Resümee zu berücksichtigen: „Welche herrschenden und alternativen Bedeutungen von Gender sind in den Musikvideos enthalten und welche Diskurse unterstützen sie?”[112]
Heesch/Fleischer legen ebenfalls dar, dass „das Kulturphänomen Musik im Hinblick auf seine Bedeutung für die Konstruktion von Identität”,[113] wozu auch Gender[114] gehört, zu interpretieren ist. Zudem bemerken sie, dass Musik selten autonom erscheint, sondern mit Bild, Tanz sowie kulturellen und sozialen Praktiken einhergeht.[115] Darin spiegelt sich auch die Bedeutung von Musikvideos wieder.

[110] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag”, S.55
[111] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag”, S.56
[112] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag”, S.57
[113] Florian Heesch/Laura P. Fleischer, „Herausforderungen für die Männlichkeitsforschung im Feld populärer Kultur und Musik. Eine Einleitung”, in „Sounds like a real man to me„ – Populäre Kultur, Musik und Männlichkeit, hrsg. v. Laura P. Fleischer/Florian Heesch, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, S.5
[114] vgl. Heesch/Fleischer, „„Herausforderungen für die Männlichkeitsforschung”, S.5
[115] vgl. Heesch/Fleischer, „„Herausforderungen für die Männlichkeitsforschung”, S.4

Hurley beschreibt, dass Musikvideos für ihre unterhaltende Wirkung bei jungen Menschen beliebt sind[116] und dass durch sie Wissen erlangt werden kann, bezüglich was (u.a.) Maskulinität und Feminität bedeutet.[117] Auch Lindsay/Lyons halten fest, dass Musikvideos populär sind, sich überwiegend an junge Erwachsene richten und darüber hinaus häufig bestimmte Arten von Feminität und Maskulinität darstellen.[118] Für ihr Paper 2018 untersuchten sie vier stark rezipierte Musikvideos daraufhin, welche Repräsentanzen von u.a. Feminität und Maskulinität darin dominant vorkamen.[119]

Zusammengefasst zeigte sich in dieser Videoauswahl, dass Männer vorwiegend als unwiderstehlich und begehrenswert dargestellt werden und zwar auf eine Weise, die es den Frauen unmöglich macht sich der Verführung zu widersetzen, obgleich sie selbst gleichzeitig wenig als Individuum von Einzigartigkeit und mit eigenen Bedürfnissen vom Mann anerkannt werden.[120]

Die Darstellung der Frauen in den betreffenden Videos ist dann dementsprechend darauf ausgerichtet, das beschriebene Bild der Maskulinität zu unterstützen. Als ergänzende eigene „Eigenschaft" der Frauen in den Videos beschreiben Lindsay/Lyons die darin transportierte historisch-sexistische Annahme, dass Frauen ihre Emotionen nicht unter Kontrolle haben.[121]

Auch Funk-Hennings fasst verschiedene Ergebnisse von Medienanalysen von Musikvideos ähnlich zusammen, nämlich so, „dass die Männer als handelnde Subjekte dargestellt werden, während den Frauen nur ein Objektstatus zugestanden wird. Die Reproduktion des klassischen Rollenklischees vom aktiven Mann und der sich anpassenden, passiven Frau erfolgt z.B. dadurch, dass letztere behandelt, beschrieben und besungen wird, anstatt Eigeninitiative entwickeln oder zur Schau stellen zu können."[122] Sie analysiert daraufhin selbst drei Videos von Künstlerinnen zwischen 1990 und 2002, wobei sie keinen mit der Zeit zusammenhängenden Fortschritt in der Repräsentation von Weiblichkeit feststellen kann. Trotzdem sind die Darstellungen in zwei der Videos positiv im Sinne einer emanzipierten und gleichgestellten Darstellung von Frauen, was Funk-Hennings damit in Zusammenhang bringt, dass die entsprechenden Interpretinnen ihre Liedtexte selber geschrieben haben „und damit

[116] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.332
[117] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.333
[118] vgl. Samuel Lindsay/Antonia C. Lyons, „„Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up": Masculinity and Alcohol in Pop Music Videos", in: Men and Masculinities 21/5, 2018, S.624
[119] vgl. Lindsay/Lyons, „Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up", S.627
[120] vgl. Lindsay/Lyons, „Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up", S.632f.
[121] vgl. Lindsay/Lyons, „Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up", S.634f.
[122] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag", S.58

nicht nur ihren eigenen Bedürfnissen Ausdruck verliehen, sondern diese in ihrer Selbstdarstellung vehement vertreten. Auf diese Weise ist es ihnen gelungen, sich der Medienkontrolle zu entziehen und neue Rollenmuster aufzubauen."[123]

Hurley kritisierte bereits 1994, dass in Musikvideos eine ungleichmäßige Verteilung von Macht zwischen Mann und Frau transportiert wird,[124] was auch noch vierundzwanzig Jahre später in den von Lindsay/Lyons untersuchten Videos der Fall ist.
Ausgehend von der Unterhaltung innerhalb ihrer qualitativen Untersuchung mit jungen männlichen Personen darüber, was diese an Musikvideos mochten (was nämlich die darin gezeigten Frauen waren), stellte Hurley die Frage auf, ob die männliche Sexualisierung von Frauen in Musikvideos bei Jungen eine geschlechterspezifische Subjektivität aufbaut und sie damit auch als Voyeure positioniert.[125] Ihre Ausarbeitung von Aspekten sexueller Ikonographie in Musikvideos sollen als Maßstab zur Beantwortung der These 4 „Die Körper der Protagonistinnen werden häufiger sexualisiert, als die der Protagonisten." herangezogen werden:

"Long, thin, hairless female legs. Breasts, mouths and buttocks. (...) Women suggestively caressing parts of their bodies in the same manner that game show models fondle appliances and cars. (...) Flowing hair. Leather, vinyl, chains lingerie, high heels, stockings, mini skirts and dresses. Bikinis."[126]

Die parallel beobachtete Wirkung auf die weiblichen Personen war gleichfalls beunruhigend; laut Hurley betrachteten Mädchen Musikvideos unter dem Gesichtspunkt zu lernen wie man sich anzieht, tanzt, feminin und attraktiv für Männer ist.[127]
Dies wäre sicher weniger problematisch, vermittelten die Videos ein selbstbestimmtes Bild von Feminität und nicht eines, das sich aus Abhängigkeit von unerreichbaren „Idealen" sowie auch Abhängigkeit vom männlichen Geschlecht formt, so wie es in den hier aufgeführten Studien der Fall ist.
Hurley hielt insgesamt fest, dass Musikvideos für weibliche Personen von größerem Interesse waren als für männliche Personen. Für diese waren dabei Bedeutung und Handlung in den

[123] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag", S.65
[124] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.330
[125] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.334
[126] Hurley, *Music video and the construction of gendered subjectivity,* S.330.
[127] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.335

Videos wichtiger als für die weiblichen Personen.[128] Zusammengefasst sagte Hurley zu ihren Ergebnissen:

„(...) girls are at times, using music videos to construct and re-construct traditional feminine gendering, and boys at times, use it in the same way, to construct and re-construct traditional masculine gendering. The outcome? Boys think „that could be me/I could do that", whereas girls think „how can I look like that?" or „I wish I looked like that.""[129]

Dazu passend formuliert Funk-Hennings: „Wenn Subjektivität und Identität erst durch den Diskurs hergestellt werden, können Medien, die als Institution sozialer Kontrolle fungieren, Geschlechterdifferenz durch Stereotypisierung verstärken."[130] Hier vereinen sich die eben genannten Probleme der in den Musikvideos fehlend kommunizierten Gleichstellung, mit der oben genannten Diskurs- und Interaktionsannahme durch die mobile und in soziale Medien eingebettete Nutzung von Musikvideos.

Bechdolf stimmt teilweise mit Funk-Hennings, Lindsay/Lyons und Hurleys Erkenntnissen überein, dass manche Musikvideos klare Identifikationsfiguren anbieten, die mitunter auf traditionellen Rollen von Frau und Mann basieren,[131] jedoch räumt sie ebenso ein, dass es auch Musikvideos gibt, die einen „großen Fantasie-Spielraum für potenzielle Geschlechtsidentitäten"[132] bieten. Siedenburg erklärt ebenso, dass die populäre Musik im Gesamten eine Plattform für das Spiel mit Geschlechterrollen darstellt, wie zum Beispiel durch David Bowie, Marla Glen und Conchita Wurst umgesetzt.[133] In Bezug auf alle Geschlechterdarstellungen führt sie aus: „Die Genderinszenierungen (...) spielen auch innerhalb der musikalischen Lebenswelten der Schüler_innen eine wichtige Rolle und werden von ihnen genutzt, um sich im Rahmen ihrer musikalischen Sozialisation daran zu orientieren oder sich davon abzugrenzen."[134]

In Bechdolfs Umfrage unter 200 Schüler*innen stellte sie im Gegensatz zu Hurley eher fest, dass Mädchen Musikvideos nebenbei konsumieren und Jungen auf den Inhalt fokussiert

[128] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.333
[129] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.333
[130] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag", S.57
[131] vgl. Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.427
[132] Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.427
[133] Siedenburg, „Populäre Musik, Gender und Musikpädagogik", S.224
[134] Siedenburg, „Populäre Musik, Gender und Musikpädagogik", S.224

sind, jedoch schränkt sie diese Ergebnisse ein, da sie soziale Erwünschtheit als stark beeinflussend für die Ergebnisse vermutete.[135]

In ihren darauffolgend ebenfalls qualitativ geführten Interviews fand sie heraus, dass die Jugendlichen nicht einfach nur durch die Inhalte der Musikvideos zwischen Feminität und Maskulinität differenzieren, sondern dies schon durch ihre Selektion auf verschiedenen Ebenen: 1. Dadurch was sie sich ansehen. 2. Wie sie damit umgehen. 3. Wie sie die Inhalte interpretieren.[136] Bechdolf sagt zu dieser produzierten Unterscheidung, die sowohl explizit und bewusst als auch implizit und unbewusst stattfindet, in Bezug auf die Jugendlichen: „sie polarisieren die beiden Kategorien (durch Vergleichs- oder Ausschluss-Konstruktionen) und nehmen eine klare Hierarchisierung vor."[137] Diese Erkenntnisse unterstreichen also noch einmal die oben genannte aktive Rolle der Konsument*innen und den Einfluss anderweitig aufgenommenen Wissens, durch das die Zuschauer*innen Darstellungen innerhalb von Musikvideos relativieren und sogar bereits vorselektieren.

Aufgrund dessen, sowie Reicherts ebenfalls oben genannter Erkenntnis des Peer-to-Peer-Einflusses[138] kann also angenommen werden, dass die Ergebnisse der nachfolgenden Analyse zu großen Teilen (westlicher) Spiegel aktuell akzeptierter Aspekte und Rollen innerhalb von Liebesbeziehungen sind.

2.4 Forschungsstand Liebesbeziehungen in Musikvideos

Es konnten bisher keine Studien zur Darstellung und Inszenierung von Liebesbeziehungen in Musikvideos gefunden werden, sondern nur die oben ausgeführten zum Thema Gender. Eine Bemerkung Friedrichsens könnte Aufschluss darüber geben, weshalb dem so ist:

„Dass der Musik im Vergleich mit den drei Massenmedien Tageszeitung, Fernsehen und Hörfunk besonders wenig wissenschaftliche Aufmerksamkeit zugekommen ist, dürfte auf zwei Hauptgründe zurückzuführen sein: zum einen auf die vermeintlich größere gesellschaftliche − vor allem: politische Bedeutung der tagesaktuellen Medien, zum anderen auf den Umstand, dass Wissenschaftler sich

[135] Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.429
[136] vgl. Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.430
[137] Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.430
[138] vgl. Reichert, „Musikvideos im Social Web", S.108

„lieber" intellektuell angesehenen Medien zuwenden als der Musik (vor allem natürlich Popmusik)." *139*

Musikvideos werden dieser Aussage ebenfalls zugeordnet da, wie bisher deutlich geworden, sie einen entscheidenden Teil des wirtschaftlichen Aspektes von Musik bilden. Obwohl sich in der vorliegenden Arbeit durch die zusammengetragene Literatur ein starker Wandel der wissenschaftlichen Beschäftigung und Akzeptanz abzeichnet, kann der Vorgang trotzdem als langsam angenommen werden. Hier kommt eventuell noch eine Doppelwirkung zum Tragen, da auch Burkart andeutet, dass ebenso die wissenschaftliche Beschäftigung mit „Liebe" nicht immer selbstverständlich war.[140] Die Aussage Friedrichsens datiert sich auf 2008, die von Burkart auf 2018. Dazu passend zeigen sich also die bereits bestehenden Untersuchungen zum Musikvideo (Unterkapitel „2.2 Wirkung von Musik und Musikvideos" und „2.3 Musikvideos und Gender") und die vorliegende Beobachtung, dass solche zum Thema Liebe noch erst „nachziehen" müssen.

Aus diesem Grund wird zum Ende des folgenden Kapitels alternativ zumindest die Darstellung und Inszenierung von Liebesbeziehungen vor allem in Film und TV-Sendungen als Vergleichsbasis herausgearbeitet. Diese sollen später mit den Analyseergebnissen der Musikvideos verglichen werden, obgleich durch deren Nähe zum Kurzfilm Parallelen zu den Beobachtungen aus seriellen Formaten unwahrscheinlich anmuten.

[139] Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", S.19
[140] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.4f.

3. Liebesbeziehung: Definition und Rolle in Gesellschaft und Kunst

„Die soziale Institution des Paares ist gestützt auf das kulturelle Wertmuster „Liebe", eine auf Dauer angelegte und sexuell fundierte Verbindung zweier Personen mit einer bestimmten Institutionalisierungsform (...) und einer intimen Alltagspraxis. Alle diese Elemente sind jedoch historisch variabel und können auch innerhalb einer Gesellschaft variieren, nach Klassen, Milieus und Subkulturen."[141]

So definiert Burkart die Paarbeziehung respektive die Liebesbeziehung und ergänzt weiter den Begriff der gesellschaftlichen Institution verwendend, dass diese „bestimmte Bedürfnisse und Interaktionsformen in strukturierte Bahnen lenkt − Bedürfnisse nach sexueller Erfüllung und körperlicher Ekstase, Wohlbehagen in Gemeinschaft; in der Moderne vermehrt auch Selbstverwirklichungs- und Individuierungs-Bedürfnisse."[142]

Zum Zusammenfinden der Paare erklärt Buer den Aspekt der Erfahrungserweiterung mit dem Anderen als entscheidend.[143] Weiter führt er aus: „Die Beziehung ist ein gemeinsames 'Projekt', das postmoderne Liebespaar sieht sich als Gemeinschaft, in der sich zwei Subjekte gegenseitig anregen − jedoch sind die beiden Ichs nicht komplementär gedacht, als zwei sich ergänzende Hälften, sondern sie bleiben immer autonome Subjekte."[144] Hier findet sich demnach genau wie bei Burkart der Aspekt der Individualität und Eigenständigkeit.

Descartes/Hammacher nennen die Liebe eine Emotion, welche dazu anreizt, sich willentlich mit Objekten zu verbinden, die als angemessen erscheinen.[145]

Konkreter und als Ausgangslage zur Definition von Liebesbeziehungen nennt Buer verschiedene Formen der Liebe, welche in den drei antiken Begriffen *Eros* (sinnliche, begehrende Liebe), *Philia* (freundschaftliche Liebe) und *Agape* (Nächstenliebe) festgehalten sind. Daraus formuliert er:

„Diese drei Lieben lassen sich getrennt leben: Man kann auf amouröse Affären aus sein. Man kann zahlreiche Freundschaften pflegen. Man kann sich um viele Menschen kümmern. Man kann aber auch versuchen, das alles auf eine einzigartige Weise im Zusammenleben mit einem einzigen Menschen zu

[141] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.29
[142] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.26
[143] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.14
[144] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.14
[145] vgl. René Descartes/Klaus Hammacher, *Die Leidenschaften der Seele*, Hamburg: Felix Meiner Verlag, 1996, S. 123

verbinden, ohne den Kontakt zu anderen Mitmenschen zu vernachlässigen. Dann haben wir ein Liebespaar vor uns, sei es hetero-, sei es homosexuell orientiert."[146]

Diese Beschreibung ist sehr interessant, da sie, trotz der angenommenen Vielfältigkeit von Liebesbeziehungen unterschiedlicher Menschen, ein Muster anbietet, auf dessen Basis eine Analyse möglich ist. Anders gesagt, könnte man die in Musikvideos dargestellten Liebesbeziehungen auf diese drei „Lieben" hin untersuchen, um die Rechtfertigung ihrer Bezeichnung als solche zu hinterfragen.

Zum „Ursprung" der Liebe trägt Burkart die Diskussion aus biologischen und mythologischen Aspekten zusammen ohne sich jedoch einer Richtung anzuschließen.[147] Er benennt in diesem Rahmen deutlich mehr Formen der Liebe als Buer (z.B. göttliche, höfische, platonische, fürsorgliche, romantische oder partnerschaftliche Liebe)[148] und kommt zu dem Schluss: „Trotz dieser Vielzahl von Varianten ist der Glaube verbreitet, dass es sich bei der Liebe um ein universelles Gefühl handelt, um eine Eigenschaft, die allen Menschen in allen Kulturen und zu allen Zeiten zugänglich war und ist."[149]
Er betrachtet das Thema ausführlich in seinem Buch der (auf Liebe basierenden) Paarbeziehung aus soziologischer Sicht und trägt dabei folgende Thesen zusammen, die bei der Analyse berücksichtigt werden sollen:

1. Eine Paarbeziehung ist keine auf Kompromissen basierende Zusammenlegung zweier Individuen, sondern es entsteht ein neues soziales Gebilde mit ebenso neuer eigener Dynamik.[150]
2. Schon bei der Partner*innensuche spielt der Aspekt der Augenhöhe insofern eine Rolle, dass je nachdem „was man zu bieten hat" auch die Ansprüche gestellt werden.[151]
3. „Sexuelle Erfüllung ist heute wichtiger für eine zufriedenstellende Beziehung als andere Aspekte wie Versorgung oder gemeinsame Interessen."[152]

[146] Ferdinand Buer, „Geschlechtergerechtigkeit in Liebesbeziehungen – Eine Philosophie des Liebespaares und warum Moreno dazu wenig einfiel", Z Psychodrama Soziom, 2/15, 2016, S.136
[147] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.5ff.
[148] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.7
[149] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.8
[150] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.12 & S.85
[151] vgl.Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.82
[152] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.251

Zu dem dritten Punkt lässt sich Illouz ergänzend zitieren: „Zwar gehört Sexualität zweifellos zu den zentralen Elementen heutiger Liebeserfahrung, aber auch sie unterliegt den gleichen kulturellen Diskursen der Selbstverwirklichung, des Hedonismus und der Selbsterkenntnis, die das Rückgrat unserer Liebes-Kultur bilden."[153]

Müller-Schneider geht der grundsätzlichen Frage nach, welchen Stellenwert Paarbeziehungen heute noch haben und kommt anhand seiner Befragungsstudien zu dem Schluss, dass die Mehrheit „in ihrem weiteren Leben nur noch eine einzige bzw. nur die jetzige Beziehung haben"[154] wollen (82% und 86% in zwei Samples unterschiedlicher Altersspannen, die jedoch zusammen die Gesamtbevölkerung repräsentieren).[155] Ebenso geht er auf Treue ein und betont, dass im Gegenteil zu dem Bild, dass Medien in Bezug auf Untreue und offene Beziehungsformen zeichnen, diese von hoher Wichtigkeit ist, sowohl in Theorie als auch Praxis.[156] Anhand verschiedener Zahlen legt der Autor dar, dass sowohl der Wunsch nach Treue bei der großen Mehrheit der Menschen vorhanden ist, sowie auch in der Realität umgesetzt wird. Nur 3% führen eine offene Beziehung und auch Untreue kommt relativ selten vor.[157]
Burkart fasst zusammen, dass der Stellenwert von Liebe in Gesellschaft und Kultur bis heute zugenommen hat und damit historische Konventionen und das alleinige Streben nach Stabilität und Sicherheit (in einer Ehe) nach hinten gerückt sind.[158]

3.1 Liebesbeziehung in Kunst und Medien

Selbstverständlich ist das Thema der Liebe in der Kunst weit verbreitet und findet sich dort genauso facettenreich,[159] wie es die oben genannten verschiedenen Formen der Liebe gibt.

---

[153] Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.6
[154] Thomas Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung? Liebe und menschliche Natur im Zeitalter der Glückssuche" in *"Das süße Wort: Ich liebe dich" - Konstellationen der Liebe in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, hrsg. v. Lothar Bluhm/Thomas Müller-Schneider/Markus Schiefer Ferrari/Christoph Zuschlag, Baden-Baden: Tectum Verlag 2018, S.16
[155] Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.16 (Daten liegen leider nur aus Deutschland vor.)
[156] Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.18
[157] ebd.
[158] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.2
[159] vgl. Christoph Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", in *„Das süße Wort: Ich liebe dich" - Konstellationen der Liebe in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, hrsg. v. Lothar Bluhm/Thomas Müller-Schneider/Markus Schiefer Ferrari/Christoph Zuschlag, Baden-Baden: Tectum Verlag 2018, S.317

Illouz erklärt, dass „die Kultur Symbole, Kunstwerke, Geschichten und Bilder (...) zur Verfügung stellt, mit deren Hilfe sich romantische Empfindungen rekapitulieren und kommunizieren lassen."[160] Was jedoch besonders interessant ist und instinktiv geläufig erscheint, ist ihre Bemerkung, dass trotz verschiedenen Kunstschaffens und einem vielfältigen Kunstangebot die darin transportierten Botschaften in Bezug auf Liebe übersichtlich bleiben.[161]

Musik betreffend bemerkt Hofer, dass diese und Liebe unleugbar und allgegenwärtig miteinander verbunden sind, wobei er damit sowohl die Liebe zur Musik als auch die Liebe in der Musik berücksichtigt.[162] Als frühes Beispiel zu dieser Verbindung nennt Zuschlag die Minnesänger, deren Kunst sich vor allem im 13.-15. Jahrhundert verortet und dessen Zweck es war, Damen zu erobern.[163] Darüber hinaus nennt er einige weitere Formen und Aspekte der Liebe, welche sich in der Kunst[164] finden, wobei im Zitat nur übernommen werden soll, was sich angenommenerweise ebenso (im Ansatz) in den untersuchten Musikvideos finden könnte:

„Wir begegnen in der Kunst (...), körperlicher und geistiger Liebe, wir stoßen auf symbolisch-allegorische Verschlüsselungen und auf realistische Darstellungen erotischer Praktiken (...), auf romantische Liebeskonzeptionen ebenso wie auf nüchtern-pragmatische Entwürfe; wie im Leben, so gibt es auch in der Kunst hetero- und homosexuelle Liebe, glückliche und unglückliche Liebespaare (...), es gibt Frieden und die Erfüllung in der Liebe ebenso wie den Kampf der Geschlechter, der zu Verzweiflung, zu Isolation, ja zum Tod führt."[165]

Der Autor erklärt weiter, dass Darstellungen von Liebe und Sexualität sich überall auf der Welt in der Kunst frühester Zeiten finden.[166] Die Forderung nach freier Liebe in den 1960ern brachten dann wesentliche Veränderungen in der Kunst allgemein und besonders auch in Texten der populären Musik mit sich.[167]

---

[160] Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.5
[161] vgl. Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.5
[162] vgl. Achim Hofer, „Peter Tschaikowskys Fantasie-Ouvertüre Romeo und Julia", in: *Das süße Wort: Ich liebe dich*, hrsg. v. Lothar Blum et al., Baden-Baden: Tectum 2018, S.293
[163] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", S.325
[164] Zuschlag definiert nicht, was er unter den Begriff „Kunst" fast, in seinen Ausführungen werden jedoch folgende Künste berücksichtigt (nach Häufigkeit geordnet): Malerei, Literatur, Bildhauerei, Musik
[165] Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", S.317
[166] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", S.324
[167]vgl. Tina Stolt, „Die Zurschaustellung der Liebe in neueren Kunstwerken und Performances" in *"Das süße Wort: Ich liebe dich" – Konstellationen der Liebe in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, hrsg. v. Lothar

Das Ausmaß an Einfluss, den mediale (und somit auch u.a. wirtschaftlich motivierte) Inszenierungen von Liebesbeziehungen auf unsere realen Liebesbeziehungen haben, ist umstritten. Diese Diskussion geht natürlich eng einher mit den oben genannten Positionen zur Medienwirkung.

Reinhardt-Becker formuliert beispielsweise klar: „Unsere Vorstellung von Liebe in der westlichen Welt ist durch literarische Ideen aus den letzten 800 Jahren geprägt. Diese Ideen bestimmen, wie, warum und in wen wir uns verlieben. Was wir von der Liebe erwarten, wie wir sie gestalten."[168] Allerdings wird nicht weiter ausgeführt, an welchen Belegen oder Erkenntnissen die Autorin dies festmacht, zumindest aber stimmt dies mit der eingangs erwähnten Ausführung Burkarts überein, welchen Einfluss kulturelle Vorbilder aus der Weltliteratur auf die Einordnung bzw. Entstehung von Liebesgefühlen hat.[169]

Als Gegenbeispiel ist Müller-Schneider zu nennen, der sich relativ radikal gegen Stimmen positioniert, die einen übermäßigen und laut ihm irreführenden Einfluss von Medieninhalten auf unsere Suche nach Liebesbeziehungen und dem Verhalten innerhalb dieser proklamieren.[170] Er begründet die von ihm wahrgenommene Unsinnigkeit dessen damit, dass zum einen heute in den Medien überall alternative Liebesmöglichkeiten vorkommen und zum anderen damit, dass Menschen keine unreflektierten Wesen sind, „die ohne Sinn und Verstand kulturellen Liebeskitsch nachspielen und daran scheitern."[171] Der Autor positioniert sich darüber hinaus sehr klar gegenüber Stimmen und Theorien, die die Liebesbeziehung als Produkt gesellschaftlicher Zwänge oder fiktiver Medien sieht und erklärt die jahrhundertelange und kulturübergreifende Bedeutung der Liebe auf mehreren Ebenen mit anderen Belegen:[172]

1. In fast allen Gesellschaften finden sich Anzeichen leidenschaftlicher Liebe.[173]
2. Der Vergleich körperlicher Merkmale unterschiedlicher Affenarten, sowie ihrer Lebensweise mit jeweils den körperlichen Merkmalen des Menschen und unserer

---

Bluhm/Thomas Müller-Schneider/Markus Schiefer Ferrari/Christoph Zuschlag, Baden-Baden: Tectum Verlag 2018, S.346

[168] Elke Reinhardt-Becker, „Romantik und keine Ende? Liebessemantiken in US-amerikanischen Fernsehserien", in *Sprachen der Liebe in Literatur, Film und Musik,* hrsg. v. Filippo Smerilli/Christof Hamann, Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann, 2015, S.315

[169] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.13

[170] vgl. Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.20

[171] Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.20

[172] vgl. Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.20ff.

[173] ebd.

> Lebensweise verweist auf die Wahrscheinlichkeit, dass die Paarbeziehung natürlicherweise zu unserem Leben gehört. Genauer erklärt, ergibt sich diese Feststellung Müller-Schneiders daraus, dass wir in unseren körperlichen Merkmalen Affenarten ähneln, die ebenfalls in Paarbeziehungen leben. Im Gegensatz zu Affenarten die dies nicht tun, sich aber körperlich stärker vom Menschen unterscheiden.[174]

Diese beiden Argumente sollen allerdings unter Vorbehalt beachtet werden, da sie „die Liebesbeziehung“ komplett von der (jeweiligen) Gesellschaft loslösen und mit der Unterstellung einer (biologischen) Universalität verdrängte, marginalisierte oder sogar ausgelöschte Konzepte (möglicherweise durch Kolonialisierung) von Liebesbeziehungen nicht berücksichtigen.

Zurückkehrend zur grundsätzlichen Diskussion lässt sich daher schließen: Der Komplexität des menschlichen Seins und Verhaltens geschuldet, werden vermutlich sowohl mediale Aspekte, als auch biologische oder instinktive Gründe für das Suchen/Entstehen/Leben von Liebesbeziehungen zutreffen.

Es wird jedoch vorliegend klar Stellung bezogen, dass in diesem Punkt von einer angenommenen Mehrheit der westlich-geprägten Menschen gesprochen wird. Also nicht von einer biologisch herrührenden Norm im Sinne von Normalität, die für jeden einzelnen Menschen gilt.

Unter Einbeziehung aller genannten Punkte fassen Iványi/Reichertz die Diskussion inklusive der Rolle des Fernsehens sehr anschaulich zusammen:

„Menschen werden in eine sozial vorgegebene und vorstrukturierte Welt hineingeboren. Zu ihr gehören auch die jeweils erarbeiteten Medien und die jeweils historische Kultur (= Deutung der Welt, der Gesellschaft, und der eigenen Identität). Menschen eignen sich in einem sinnhaft strukturierten, lebenslangen Prozess die vorgefundene Ordnung an und „konstruieren” sie dabei stets auf’s Neue. (...) Weder das neue Leitmedium „Fernsehen” noch das von ihm Ausgesendete verpuffen spur- und wirkungslos, sondern Medium und Medieninhalte spielen im Verbund und mit Unterstützung anderer Medien bei der Gestaltung der Kultur einer Gesellschaft eine wichtige Rolle. Medien und Kultur

[174] vgl. Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?”, S.22f.

verweisen in den letzten Jahren zunehmend aufeinander: deuten, kommentieren, stützen und legitimieren sich wechselseitig."[175]

Der Aspekt der Wechselwirkung wird also deutlich und kann auch für Musikvideos als Teil der medialen und kulturellen Welt angenommen werden.

Als dritte Position nah zu dieser Diskussion ist Illouz zu verorten, indem sie es eine zwecklose Frage nennt, ob nun Ökonomie Kultur bestimmt oder umgekehrt.[176] Viel relevanter ist es laut ihr, das Zusammentreffen sowie Überschneidungen von Kultur und Ökonomie mit der Liebe auszumachen.[177]

Für die Autorin ist die Liebe ein komplexes Gefühl, „bei dem Geschichten, Bilder, Metaphern, materielle Güter und Volkstraditionen miteinander verwoben sind, und dass die Menschen ihren romantischen Erfahrungen einen Sinn zuschreiben, indem sie auf kollektive Symbole und Bedeutungen zurückgreifen."[178] Zu der hier innewohnenden Beziehung zwischen realen Liebesbeziehungen und ihren kulturellen und ökonomischen Repräsentanzen stellt sie nicht wie die anderen hier zusammengetragenen Autor*innen die Frage inwieweit sie sich gegenseitig bedingen. Viel mehr schafft Illouz Bewusstsein dafür zu hinterfragen, welche Interessen mit den ökonomischen Repräsentanzen verfolgt werden könnten; welcher Kampf sozialer Gruppen um Interessenwahrung oder -förderung hinter Unveränderlichkeiten kultureller Kategorien steht.[179] Zusammengefasst sagt sie: „Es geht auch um die Art und Weise wie Ausschluss, Ungleichheit und Machtstrukturen aufrechterhalten und reproduziert werden. Liebe und Kultur im Kontext des fortgeschrittenen Kapitalismus miteinander in Beziehung zu setzen, heißt auch zu erkennen, wie Liebe zugleich verbindet und trennt, vereint und teilt."[180]

[175] Nathalie Iványi/Jo Reichertz, *Liebe (wie) im Fernsehen: eine wissenssoziologische Analyse*, Opladen: Leske + Budrich 2002, S.9
[176] vgl. Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.7
[177] vgl. Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.8
[178] Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.7
[179] vgl. Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.7
[180] vgl. Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.7

3.2 Darstellung von Liebesbeziehungen in Medien

Zur Inszenierung von Liebesbeziehungen in anderen Medien sollen hier zum einen Dues Betrachtungen zum Film und Reinhardt-Beckers zu TV-Serien ausgeführt werden, sowie noch zwei weitere kleine Beispiele.

Due erarbeitet verschiedene Kategorien der Liebe im Film, wobei es konkreter um die Inszenierung heterosexueller, monogamer Liebesbeziehungen geht und welche „Funktion" und Bedeutung von Liebe für die Menschen hierbei vermittelt wird.[181] Der Autor nennt zwar keine Einschränkungen, was die Orientierung und Form der Liebe betrifft, jedoch repräsentieren seine gewählten Filmbeispiele nur diese heterosexuelle Konstellation.
Was grundsätzlich zu seinen Ausführungen immer zu beachten ist, hält er in zwei Prinzipien fest: 1. Die Liebe bleibt etwas Ungreifbares, das in keinem Film auf exakt dieselbe Weise dargestellt wird, weshalb die Beschreibung der Liebe im Film immer mit einer Kategorisierung einhergehen muss, um überhaupt allgemeine Betrachtungen vornehmen zu können. In diesem Sinne muss 2. stets präsent bleiben, dass die Darstellung von Liebe in Filmen keine soziologischen Schlussfolgerungen zulassen[182]: „Another way to formulate this thought is to say that films do not 'represent' love if by 'representation' one means something like a visual and narrative rendering that corresponds to a pre-existing cultural discourse."[183]
Mit dieser Aussage wird deutlich gemacht, dass grundsätzlich von einem fehlenden Realitätsbezug filmischer Darstellungen von Liebesbeziehungen ausgegangen wird. Der Autor erklärt ausdrücklich, dass ihm ein rationales Verständnis von Liebesbeziehungen durch seine Untersuchungen fern liegt.[184] Dies ist auch nicht in der vorliegenden Arbeit der Fall, es soll aber über eine Aufdeckung medialer Inszenierungen hinaus gegangen werden und diese in einem zusätzlichen Schritt mit rationalen Überlegungen zur Liebesbeziehung aus soziologischer und kulturwissenschaftlicher Literatur gegenübergestellt werden.
Due hält drei wesentliche Beobachtungen zur Liebesbeziehung im Film fest:

[181] Due, *Love in Motion*, S.13ff.
[182] vgl. Due, *Love in Motion,* S.16
[183] Due, *Love in Motion,* S.16
[184] vgl. Due, *Love in Motion,* S.17

1. Die Liebe wird entweder als plötzlicher, überwältigender und unumkehrbarer Zustand inszeniert oder als eine komplexe Konstellation, die mit verschiedenen zeitlichen, sozialen, persönlichen usw. Widrigkeiten umgehen muss.[185]
2. Die Liebe wird als metaphysisches oder moralisches Phänomen dargestellt. Im ersten Fall wird dabei die Bedeutung der Liebe am gesamten Leben der Liebenden gemessen. Beim zweiten Fall verkörpert die Liebe selbst die Moral, das heißt sie steht über allen Normen und kann daher auch jederzeit gesellschaftlichen Moralvorstellungen widersprechen bzw. die damit zusammenhängenden Normen außer Kraft setzen.[186]
3. Liebe wird durch Zeit definiert; ihre Zeitlichkeit hängt dabei jeweils damit zusammen, ob es sich um den oben genannten „unumkehrbaren" Zustand handelt oder um die mit Zweifel zusammenhängende Konstellation.[187]

Diese „Kategorien" können in unterschiedlichen Kombinationen vorkommen und der Autor führt innerhalb dieser noch weitere Narrative der Liebe aus. Zum einen wird sie beispielsweise mit der Hoffnung verbunden dargestellt, eine auf verschiedene Weise unschöne Vergangenheit hinter sich zu lassen und das in dem Sinne ein völlig neues Leben zu beginnen, auf dem nichts mehr aus der Vergangenheit lastet.[188]

Zum anderen ist die Liebe zwar als das Gefühl definiert, das unabhängig von allem, was im öffentlichen Raum stattfindet, besteht, trotzdem wird sie immer so inszeniert, dass die Protagonist*innen sich mithilfe von Intellekt und/oder Körperkraft über Hindernisse der Außenwelt hinwegsetzen müssen.[189]

Schlussendlich unterstreicht Due noch einmal, das Liebe keine stabile Einheit ist und dass die, seiner Meinung nach, bedeutend unterschiedlichen Darstellungen in den Filmen auf verschiedene Regisseur*innen[190] und verschiedene Arten des Filmemachens zurückzuführen sind.[191]

---

[185] vgl. Due, *Love in Motion,* S.16
[186] vgl. Due, *Love in Motion,* S.13ff.
[187] ebd.
[188] vgl. Due, *Love in Motion,* S.18
[189] vgl. Due, *Love in Motion,* S.21
[190] Im Text sind ausschließlich Beispiele von männlicher Regie.
[191] vgl. Due, *Love in Motion,* S.23

Reinhardt-Becker hat hingegen narrative Muster der Liebe in TV-Serien analysiert, welche sich, dem zum Film doch sehr anderen Format geschuldet, von den Kategorien Dues unterscheiden.

Grundsätzlich merkt die Autorin an, dass die Liebe in den meisten TV-Serien ein zentrales Thema und in den übrigen zumindest die wichtigste Nebenrolle spielt.[192] In ihrer Analyse hat sie sechs charakteristische Muster erarbeitet, die folgend möglichst kurz zusammengefasst werden sollen:

1. Die blinde Liebe − Serienfiguren, die eine unrealistische Wahrnehmung der Person(en) ihres Interesses haben.[193]
2. Die leidenschaftliche, promiskuitive Liebe − Serienfiguren, die untreu sind oder Singles mit wechselnden Sexualpartnern, allerdings mit Verweisen, dass trotzdem unterbewusst nur nach der/dem Richtigen gesucht wird.[194]
3. Die sachliche Liebe − Serienfiguren, die erfolgreich und selbstständig sind, aufgrund dessen auch hohe Ansprüche haben, die schwer mit einem*r Partner*in zu vereinbaren sind. Doch auch hier folgt schlussendlich eine romantische Überraschung und damit ein „Erwachen".[195]
4. Problemorientierte Liebeserzählung − diese beinhaltet zum einen Serienfiguren, die bereits in komplizierten Liebesbeziehungen stecken, wie Mehrehen oder noch in der Entscheidungsfindung zwischen verschiedenen Partner*innen sind. Zum anderen ordnet die Autorin hier auch die von Figuren missbräuchliche und betrügerische Verwendung der romantischen Liebessemantiken ein.[196]
5. Die serielle romantische Erzählung − Serienfiguren, die viele verschiedene Beziehungen, Ehen etc. hintereinander haben.[197]
6. Die große romantische Erzählung − Serienfiguren, die „füreinander bestimmt" zu sein scheinen und nach vielen Widrigkeiten endlich zueinander finden.[198]

[192] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.324
[193] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.325f.
[194] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.326f.
[195] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.328f.
[196] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.329ff.
[197] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.333f.
[198] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.334ff.

Ausgangslage für Reinhard-Beckers Untersuchung war die Frage, ob in aktuellen Serien neue Liebessemantiken entstehen, was in ihrem Endergebnis jedoch nicht der Fall war.[199]
Sowohl Dues als auch Reinhardt-Beckers Beobachtungen sollen mit denen der Musikvideos verglichen werden. Es geht zum einen darum etwaige Parallelen festzustellen, aber auch darum einen fortsetzenden Beitrag zur Inszenierung von Liebesbeziehungen in audiovisuellen Medien zu leisten.

Als weitere mediale Inszenierungen von Liebesbeziehungen sollen zuletzt noch zwei Betrachtungen von Diederichsen genannt werden:

1. In Bezug auf Telenovelas bemerkt er, dass diese sich mit dem Gelingen und Misslingen von Liebesbeziehungen beschäftigen,[200] wobei zumeist „ein sehr konservatives Bild von idealen, heterosexuellen Paaren, die oft noch durch irgendwelche extrasozialen, schicksalhaften Prädestinationen zueinander gehören"[201] vorherrscht. Dabei fungiert die Liebesbeziehung zumeist als Ziel und Ausweg aus einem zuvor nicht zufriedenstellenden Leben und das „echte" Leben beginnt sogar erst mit diesem Zueinanderfinden. Was jedoch danach geschieht, zeigt die Telenovela nicht, da sie mit diesem Ziel endet.[202] Hier findet sich eine Parallele zu Dues Beobachtung der Liebe als Ende einer bisher unschönen Vergangenheit.[203]
2. Weiter werden vom Autor zwei Musikstücke, ihre Interpretation (im Sinne der künstlerischen, musikalischen Wiedergabe und Neuformung der Lieder) und ihre damit einhergehenden Botschaften in unterschiedlichen Jahrzehnten analysiert. Er stellt dabei fest, dass in den 60ern transportiert wird, dass „die Abwesenheit der großen Liebe die totale, maximale Katastrophe bedeutet, die Unmöglichkeit zu leben",[204] in den 70ern hingegen werden auf Basis einer desillusionierten Akzeptanz von politisch begründeten Problemen mit der Liebe, sowie allgegenwärtiger Traurigkeit, diese auch negativen Aspekte einfach angenommen.[205]

---

[199] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.338ff.
[200] vgl. Diedrich Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", in: *Love Me or Leave Me - Liebeskonstrukte in der Populärkultur*, hrsg. v. Doris Guth/Heide Hammer, Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2009, S.127
[201] Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", S.127
[202] vgl. Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", S.127ff.
[203] vgl. Due, *Love in Motion,* S.18
[204] Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", S.133
[205] vgl. Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", S.133

4. Methodisches Vorgehen

Als Quelle für die zum aktuellen Zeitpunkt (April 2021) meistgestreamten Musikvideos, dient die folgende Website: https://kworb.net/youtube/topvideos.html
Kworb veröffentlicht durch ein unbekanntes Tool immer die aktuellsten Zahlen der Streams auf YouTube, was stichprobenweise über mehrere Tage überprüft wurde. Daher ist sie als Referenz für die vorliegende Untersuchung geeignet. Des Weiteren ist YouTube, wie bisher ausführlich dargelegt, die aktuell erfolgreichste und relevanteste Videoplattform, weshalb sie als Basis für die geplante Untersuchung Sinn macht.

Die Musikvideos werden chronologisch nach der Liste auf Kworb untersucht. Dabei werden nur Videos betrachtet, die Aspekte von Liebesbeziehungen in einer narrativen Form zeigen, wo auch beide Partner*innen sichtbar sind. Das heißt, entweder sind also beide Protagonist*innen gleichzeitig im Bild oder werden wechselseitig in ihrem Verhalten gezeigt. Dies ist wichtig, weil die Reaktionen beider entscheidend für die Wertung der Situation innerhalb der Analyse ist. (Dazu später mehr im Analyseaufbau.) Daher sollen Szenen, die einen der Protagonist*innen alleine mit ihren/seinen Gefühlen zeigen, welche unabhängig von einer sichtbaren vorausgegangenen Interaktion sind, nicht berücksichtigt werden, da die vorliegende Untersuchung explizit den Umgang miteinander behandelt.
Einen weiteren Punkt, den es zu beachten gilt, ist der, dass entschieden wurde auch Kennenlernszenarien mit ungewissem Ausgang zu berücksichtigen. Nicht in jedem Video ist es ersichtlich, ob die Annäherungen auf eine Beziehung hinauslaufen sollen (oder werden). Wenn jedoch nicht eindeutig das Gegenteil dargestellt wird, werden diese Szenen als Kennenlernszenen innerhalb einer angehenden Liebesbeziehung codiert. „Chantaje" von Shakira/Maluma[206] ist hierfür ein anschauliches Beispiel. Die Szenen sind stark sexualisiert, weshalb auch eine rein sexuelle Verbindung zwischen den Protagonist*innen als Ziel der Annäherung denkbar ist. Da jedoch gleichzeitig romantische Beweggründe nicht ausgeschlossen werden können, sollen Videos dieser Art in der Analyse berücksichtigt werden.
Es gibt einige Videos, in denen auch Tanzszenen einen romantischen, fast narrativen Charakter haben, jedoch werden diese vorliegend nicht betrachtet, weil der Interpretationsspielraum zu groß ist, da im Tanzen selbst Metaphern liegen und auch keine

[206] Chantaje - Shakira/Maluma https://www.youtube.com/watch?v=6Mgqbai3fKo (Letzter Aufruf: 17.02.2020)

theoretisch „realistischen" Situationen gezeigt werden. „Realistisch" in Anführungsstrichen, da Musikvideos anderen künstlerischen und wirtschaftlichen Kriterien folgen, als denen der adäquaten Realitätsabbildung. Ein Beispiel hierfür ist Enrique Iglesias „Bailando": es gibt mehrere Szenen wie in Minute 02:17-02:20[207], wo die beiden Protagonist*innen in einem Autobahntunnel tanzen. Der Tanz könnte sowohl als Annäherung während des Kennenlernens oder auch als tänzerische Unterhaltung zweier Liebenden interpretiert werden. Schon hier zeigt sich also die Uneindeutigkeit der Interpretation, welche auch nicht durch den Gesamtkontext des Videos aufgelöst werden kann. Ebenso ist es nicht möglich das Tanzen als Freizeitbeschäftigung innerhalb einer Erzählung zu werten, da die Situation in einem Autobahntunnel zu tanzen höchst unrealistisch ist. Deutlicher formuliert geht es darum, Szenen zu betrachten, die theoretisch in der Realität stattfinden könnten, also einen Charakter von Film oder Serie haben, die sich abseits phantastischer Genres befinden, wie beispielsweise Fantasy oder Science Fiction. Der Grund dafür ist Folgender: die Mehrheit der insgesamt 92 Videos, welche auf der Suche nach den 15 hier relevanten angesehen wurden, ordnet sich auf dieser realistischen Ebene ein. Wenn phantastische Elemente vorhanden sind, dann marginal oder mit Tanz verbunden.[208] Insgesamt bedeutet dies, dass sie in ihrer Seltenheit vernachlässigbar sind, da sie sonst die Ergebnisse verzerren würden.

Weiter werden auch Videos ausgeschlossen, in denen Filmszenen vorkommen,[209] da diese nicht repräsentativ für die spezifische Darstellung von Liebesbeziehungen in Musikvideos sind, sondern einem anderen Kontext, nämlich dem des Filmes entnommen sind.

Zuletzt bleiben Musikvideos außen vor, die überwiegend aus non-fiktiven Szenen mit realen Personen (also keine Schauspieler*innen) bestehen.[210]

Die Analyse erfolgt quantitativ nach der Inhaltsanalyse von Rössler, welche im Folgenden dargelegt wird.

---

[207] Bailando - Enrique Inglesias/Descemer Bueno/Gente De Zona https://www.youtube.com/watch?v=NUsoVlDFqZg (Letzter Aufruf: 19.11.2020)

[208] zB. Platz 41 meistgestreamte Videos: Natti Natasha/Ozuna - Criminal https://kworb.net/youtube/video/VqEbCxg2bNI.html

[209] zB. Platz 3 meistgestreamte Videos: Wiz Khalifa/Charlie Puth - See You Again https://kworb.net/youtube/video/RgKAFK5djSk.html (Letzter Aufruf: 17.04.2021)

[210] zB. Platz 6 meistgestreamte Videos: Maroon 5 - Sugar https://kworb.net/youtube/video/09R8_2nJtjg.html (Letzter Aufruf: 17.04.2021)

4.1 Quantitative Inhaltsanalyse nach Rössler

Rössler erklärt die quantitative Inhaltsanalyse als Methode, Botschaften einer immensen Medienvielfalt systematisch aufzuzeichnen und benennt am Beispiel der Wissenschaft ihre Möglichkeit Medienbeobachtung standardisiert zu erfassen.[211] Da die Liste der meistgestreamten Musikvideos auf Kworb insgesamt 2499 Titel umfasst, war es von Relevanz eine Methode zu wählen, die Orientierung und Systematisierung erlaubt, wenn auch weitaus weniger Videos schlussendlich analysiert wurden. Denn wie Rössler beschreibt, dient die quantitative Inhaltsanalyse dazu, aus einer Vielfalt von ähnlichen medialen Objekten Muster und Tendenzen in ihren Botschaften herauszufiltern und daraus allgemeine oder verallgemeinerbare Aussagen zu treffen.[212] Es geht also darum eine Vielzahl von Botschaften zu verdichten, wobei den mehrheitlichen Mustern eine größere Bedeutung als dem Einzelfall zukommt.[213] Im Folgenden werden zwar auch einzelne Videos und Szenen näher betrachtet, doch dies geschieht immer unter dem Rahmen der mehrheitlichen Darstellung und hat vor allem beispielhafte und repräsentative Funktion.
Die quantitative Inhaltsanalyse ist für die vorliegende Untersuchung geeignet, da es insbesondere darum geht herauszufinden, welche Muster und Tendenzen sich in der Darstellung von Liebesbeziehungen in Musikvideos überwiegend zeigen.
Zusammengefasst zu seiner Methode sagt Rössler: „Bei der Inhaltsanalyse geht es um eine Abstraktion von einzelnen medialen Objekten, wobei das Objekt auf die an ihm interessierenden Merkmale reduziert wird. In der Forschungspraxis bedeutet dies eine Kombination aus qualitativen Urteilen über Botschaften, die quantitativ verdichtet und ausgewertet werden."[214]

Der Autor gibt in seinem Buch ein Anleitung zur quantitativen Inhaltsanalyse, wobei die Medieninhaltsanalyse im Vordergrund steht.[215] Das Vorgehen soll hier kurz dargelegt werden und dies auch sogleich mit Bezug auf die konkrete Umsetzung in der vorliegenden Untersuchung.

[211] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.14f.
[212] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.17
[213] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.18
[214] Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.17f.
[215] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.18

Die Analyse findet nach vorab festgelegten Regeln statt, welche im sogenannten Codebuch festgelegt werden.[216] Der Anspruch an dieses Codebuch laut Rössler: „es muss hinreichend eindeutig und bestimmt in seinen Vorgaben sein, sodass die Resultate der Inhaltsanalyse jederzeit reproduzierbar sind."[217] Es gilt dabei persönliche, wissensstandsabhängige und situationsbedingte Schwankungen möglichst stark einzuschränken und trotzdem die nur Menschen eigene Möglichkeit der Interpretation durch lebensweltliche Erfahrungen zu nutzen".[218]

Für das Codebuch wird eine Auswahleinheit festgelegt, welche vorliegend das Musikvideo ist und den folgenden Bestimmungen unterliegt[219]:

1. Der Veröffentlichungszeitraum der betrachteten Videos liegt zwischen den Jahren 2010 und 2017. Dies wurde nicht festgelegt, sondern hat sich rein aus der Liste und den oben genannten Vorgaben der Videoauswahl ergeben.
2. Die räumliche Geltung ist weltweit, sprich in allen Ländern, in denen YouTube zur Verfügung steht.
3. Die Mediengattung ist das Internet.
4. Das Medienangebot ist die Plattform YouTube.
5. Formate sind diejenigen Musikvideos, die eine narrative Geschichte beinhalten, in denen Reaktionen beider Partner*innen ersichtlich sind.
6. Als inhaltlich definitorischer Teil werden ausschließlich die Musikvideos betrachtet, in denen Interaktionen innerhalb vermeintlicher Liebesbeziehungen gezeigt werden, wobei diese in vier Kategorien geteilt werden: Trennung, Kennenlernen, Frisch verliebt und Beziehung.

4.2 Codebuch Erläuterung

Im vorliegend erstellten Codebuch (im Anhang) gibt es die vier eben genannten Kategorien (Trennung, Kennenlernen, Frisch verliebt und Beziehung) unter denen sich dann zwei weitere Unterkategorien und eine abschließende Bewertung einordnen.[220]

---

[216] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.21
[217] Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.23
[218] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.21f.
[219] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.54f.
[220] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.95ff.

Diese Unterteilung in verschiedenen Stadien der Liebesbeziehung fand statt, um untereinander mögliche Unterschiede im Umgang der Paare auszumachen. Die drei von der „Beziehungs"-Kategorie abweichenden Formen können dabei nur angewendet werden, wenn dies deutlich aus dem Narrativ hervorgeht. Es kommt jedoch auch vor, dass sich verschiedene Szenen desselben Videos in unterschiedliche Kategorien einordnen.
Ein Beispiel dafür ist Ed Sheerans „Shape of You". Die Zuschauer*innen verfolgen mit, wie die Protagonist*innen aufeinandertreffen (Kategorie „Kennenlernen"), miteinander ausgehen und dann ihre Beziehung beginnen (Kategorie „Frisch verliebt"; Minute 01:08 - 01:53)[221] und schlussendlich auch eine Trennung stattfindet (Kategorie „Trennung").
Die Frage ob „Kennenlernen" und „Frisch verliebt" bereits zur Liebesbeziehung gezählt werden können, beantwortet Illouz zustimmend mit ihrer folgenden Erklärung:

„In unserer heutigen Kultur verwendet man zwei gleich einflussreiche Repertoires, um der Liebesbeziehung eine Bedeutung zuzuschreiben, sie auszudrücken oder zu kontrollieren: Auf der einen Seite finden die ersten Stadien der Anziehung und das romantische Gefühl ihren Ausdruck in der kulturellen Institution des Rendezvous (...). Auf der anderen Seite werden die Stabilität und Langlebigkeit, die aus einer langsam voranschreitenden, zunehmenden und lange dauernden Liebe erwachsen (...) eingerahmt."[222]

Nach der ersten Zuordnung zu den Kategorien benennt Unterkategorie 1 darauf die Situation: was machen die Paare, gehen sie einer Freizeitbeschäftigung nach, streiten sie sich, zeigen sie sich gegenseitig ihre Zuneigung? Diese Unterkategorien 1 lauten dann beispielsweise Nähe, Streit, Liebesbekundung, Sexualität ect.

Unterkategorie 2 ordnet weiterführend das Geschehen dann konkreter ein, sehr häufig in Bezug auf die Frage der Dominanz und Gleichstellung zwischen den Geschlechtern, da basierend auf oben zusammengetragenen Forschungsstand die relevante Einordnung die ist, ob Frau oder Mann dominieren oder beide sich auf Augenhöhe begegnen.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die letzte Stufe der Codierung, die Bewertung in positiv, negativ oder neutral, da sie entscheidend für die Botschaft ist, die schlussendlich an die Zuschauer*innen gesendet wird. Es geht nicht um eine literaturbasierte Bewertung, wie die dargestellte Szene zum Beispiel unter feministischen Gesichtspunkten einzuordnen

[221] Ed Sheeran - Shape of You https://www.youtube.com/watch?v=JGwWNGJdvx8 (letzter Aufruf: 19.11.20)
[222] Illouz, *Der Konsum der Romantik*, S.5

ist, sondern um die wahrgenommene Bewertung der Situation durch die beiden beteiligten Protagonist*innen im Video. Eine Streitszene, in der einer der Partner*innen gewalttätig ist, transportiert zum Beispiel eine gänzlich andere Botschaft, je nachdem ob auch mit Gewalt „geantwortet" wird, oder der/die Andere verzeiht oder eben die/den Gewalttätige*n verlässt.
Die Bewertung findet daher auch ausschließlich in Bezug auf das, was die zwei Partner*innen der (angehenden) Liebesbeziehung empfinden, statt, niemals die Wertung dritter Personen im Video oder gar der Analysierenden.
Die Einordnung in positiv, negativ oder neutral muss dabei nicht immer nur an ausdrucksstarken Reaktionen festgemacht werden, sondern auch an mehr oder weniger subtilen Gesten und Mimiken wie einem Lächeln, ein leichtes Abschütteln des anderen oder auch daran, wenn gar keine Reaktion stattfindet. Dies wäre nach vorliegendem Codebuch dann als Bewertung „neutral" einzuordnen. Es wurde jedoch auch entschieden, die Codierung auf neutral zu setzen, wenn die dargestellten Gefühle zwischen positiv und negativ liegen. Dies kann entweder sein, wenn beides klar erkennbar gleichzeitig zutrifft oder die Reaktion schlichtweg undeutbar ist. Grund für diese Entscheidung war, dass diese beiden Optionen zu selten vorkamen, als dass das Aufmachen einer weiteren Bewertung Sinn ergeben hätte. Zum anderen ist diese seltene Widersprüchlichkeit oder Nichteinordenbarkeit der Gefühle für das Erkenntnisinteresse nicht relevant, da es wie oben beschrieben mit der quantitativen Analyse gerade eben um das Abstrahieren und bestmögliche Zusammenfassen geht. Zur besseren Veranschaulichung dessen soll das Beispiel Eminem/Rihanna „Love The Way You Lie" Minute 01:11 - 01:12[223] dienen. Hier küssen die Protagonist*innen sich, was losgelöst einzig innerhalb dieser Sekunden als positiv gewertet werden könnte. Doch durch den Kontext der vorangegangen Szenen und des gesamten Videos wird deutlich, dass die Protagonist*innen eine extreme Wut aufeinander haben, der Kuss also Verzweiflung und Trost in sich vereint. Daher sind die Emotionen natürlich nicht „neutral" im Sinne des Wortes, sondern sie liegen zwischen positiv und negativ.

Der Ablauf der Analyse wurde folgendermaßen definiert: Ein Video wurde erst ganz durchgesehen, um die Gesamtgeschichte zu verstehen und die Einordnung in die Kategorien klar vornehmen zu können. Daraufhin wurde es noch weitere Male angesehen, um sekundengenau die beiden Unterkategorien und die abschließende Wertung in einer Tabelle

[223] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=70 (Letzter Aufruf: 14.01.2021)

zu notieren. Diese Vorgehensweise diente dazu, um am Ende alle Kategorien, Unterkategorien und Bewertungen einzeln und in unterschiedlichem Zusammenhang statistisch auswerten zu können.[224]

Abschließend zu beachten sind folgende vier Punkte:

1. Rössler verwendet für die Codierung Zahlen.[225] Vorliegend wurde jedoch aufgrund der doch relativ kleinen Stichprobe sowie einer Vereinfachung des Prozederes auf Wortabkürzungen zurückgegriffen. Beispiel: Fri-Näh-lie-pos = Kategorie: Frisch verliebt, Unterkategorie 1: Nähe, Unterkategorie 2: liebevoll, Wertung: positiv.
2. In der folgenden, verschriftlichten Analyse und Ergebnisdiskussion erfolgt die Quellenangabe der Musikvideos in den Fußnoten immer sekundengenau, sodass zum besseren Verständnis beim Lesen direkt in der jeweils genannten Szene eingestiegen werden kann. Wird das Anschauen empfohlen, findet sich eine Minutenangabe im Fließtext, in anderen Fällen der sekundengenaue Link in der Fußnote.
3. Werden Kommentare von YouTube-Nutzer*innen unter den Musikvideos berücksichtigt, so wurde für die Suche jeweils ein zeitliches Fenster von 15 Minuten festgelegt.
4. Wie oben genannt, macht Rössler auf die Herausforderung der neutralen Kategorisierung abseits von kulturellen, gesellschaftlichen, sozialen Umständen etc. aufmerksam. Als weitere Schwierigkeitskomponente kommt der Untersuchungsgegenstand selbst hinzu. Jost et al. erklären zu Musikvideos: „Ihre semantische Struktur erscheint lose, inkohärent und bisweilen beliebig, weswegen Musikvideos in hohem Maße Mehrdeutigkeiten (Polysemien) produzieren, die je nach kulturellem Standort des Rezipienten in unterschiedlichster Weise vereindeutigt werden können."[226] Auch aufgrund dieser Beobachtung war es wichtig, genauestens festzulegen, unter welchen Parametern die narrativen Elemente eingeordnet werden. Gleichzeitig musste sowohl bei der Durchführung, als auch beim jetzigen Lesen der Ergebnisse präsent bleiben, dass dies bei aller versuchten Neutralität und Objektivität aus der Sicht einer europäischen, weißen, (feministischen) Frau im Alter von 28 Jahren geschieht.

[224] vgl. Rössler, *Inhaltsanalyse*, S.22
[225] ebd.
[226] Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten*, S.11f.

5. Analyse der erfolgreichsten Musikvideos auf YouTube

Zu allererst ist bemerkenswert, dass trotz des weit verbreiteten Themas der Liebe in der Popmusik tatsächlich relativ wenige Musikvideos eine Liebesgeschichte in narrativer Form zeigen. Das erste der analysierten Videos befindet sich noch auf Platz zwei der meistgestreamten Musikvideos (5.256.075.376 Streams[227]), das fünfzehnte und damit auch letzte der analysierten Videos ist hingegen schon auf Platz 92 (1.597.710.702 Streams[228]). Das bedeutet, in dieser Stichprobe haben nur 16% der Musikvideos eine narrative Liebesgeschichte. Im Folgenden werden alle untersuchten Videos chronologisch aufgeführt.[229]

Platz auf Kworb	Lied	Künstler*in	Jahr	Aufrufe
2	Shape Of You	Ed Sheeran	2017	5.256.075.376
21	Perfect	Ed Sheeran	2017	2.800.752.884
23	Blank Space	Taylor Swift	2014	2.750.653.248
26	Chantaje	Shakira/Maluma	2016	2.638.718.190
29	Baby	Justin Bieber/Ludacris	2010	2.461.076.793
42	Love The Way You Lie	Eminem/Rihanna	2010	2.191.969.464
44	What Do You Mean	Justin Bieber	2015	2.144.300.642
48	Treat You Better	Shawn Mendes	2016	2.058.839.238
51	Rude	MAGIC!	2013	2.003.419.133
54	Mayores	Becky G/Bad Bunny	2017	1.970.914.129
57	All Of Me	John Legend	2013	1.907.775.082
68	Havana	Camila Cabello	2017	1.780.484.704
69	Ay Vamos	J. Balvin	2014	1.764.398.980
86	Reggaeton Lento	CNCO	2016	1.632.916.111
92	Just The Way You Are	Bruno Mars	2010	1.597.710.702

Die Frage nach Einheit oder Vielfalt auf der Ebene dargestellter Liebesformen muss vorliegend eindeutig mit Einheit beantwortet werden, da sich ausschließlich heterosexuelle,

[227] https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Stand: 07.04.2021)
[228] https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Stand: 07.04.2021)
[229] https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Stand: 07.04.2021)

monogame Paare finden. Dies ist angesichts des statistisch immer noch niedrigen Anteils an Orientierungen, die nicht hetereosexuell sind,[230] wenig verwunderlich, da anzunehmen ist, dass einfach die Mehrheit der (westlichen) Menschen sich (zumindest publik) als heterosexuell identifiziert, weshalb auch die Musiker*innen sich überwiegend so darstellen werden und ebenso die Zuschauer*innen dementsprechend konsumieren.
Dieser „Status quo“ wird ebenso wie die oben genannte Definition von „Gender“ aus Gründen des Umfangs der Arbeit ohne eingehendere Diskussion hingenommen. Trotzdem muss auch an dieser Stelle kurz deutlich gemacht werden, dass die eben genannten Umstände kein Beispiel im Sinne der Bestätigung von Heteronormativität darstellen sollen. Es ist zu beachten, dass der statistische Wert nicht zwingend die Realität abbildet, da hier auch andere Gründe, als die der „natürlichen Mehrheit“ hineinspielen können. (Beispielsweise die Gefährdung von Menschen durch ihr Outing oder auch eine fehlende Aufklärung zum Thema „Queerness” welche möglicherweise daraus entstehende Erkenntnisse/Optionen im Leben gar nicht erst zulassen.)

Auf Ebene der Plots kann durchaus von Vielfalt gesprochen werden, da keines der Videos dem anderen gleicht und sehr verschiedene Geschichten und auch (vermutlich) unterschiedliche Längen der Beziehungen gezeigt werden.
In Bezug auf Geschlechterrollen und Umgang miteinander scheint in der oberflächlichen Betrachtung auch eine Vielfalt zu liegen, leider ist aber wie folgend ausgeführt bei näherer Untersuchung doch ebenfalls eine (unter Gesichtspunkten der Gleichstellung negative) Einheit festzustellen.

Reichert unterscheidet verschiedene Formen des Musikvideos, welche jeweils einen unterschiedlichen Grad an Interaktivität und Mitgestaltungsmöglichkeiten durch soziale Medien und Konsument*innen haben.[231] Alle untersuchten Videos gehören der Form der „Distribuierten Musikvideos” an und sind damit abgeschlossene Werkeinheiten, die keine technische Beteiligung der Zuschauer*innen zulässt.[232] Dies bedeutet also auch, dass die

[230] Welche der folgenden Aussagen beschreibt am besten Ihre derzeitige sexuelle Orientierung?https://de.statista.com/statistik/daten/studie/823538/umfrage/umfrage-in-deutschland-zur-sexuellen-orientierung-im-geschlechtervergleich/ (Letzter Aufruf: 16.03.2021)
[231] vgl. Reichert, „Musikvideos im Social Web”, S.92
[232] ebd.

jeweiligen Botschaften festgesetzt sind (abgesehen vom Interpretationsspielraum) und nicht durch Aktionen der Zuschauer*innen variiert werden können.
Alle betrachteten Musikvideos stammen aus dem Zeitraum zwischen 2010 und 2017. Als Grund dafür wird angenommen, dass eine derartig hohe Aufrufzahl ein paar Jahre in Anspruch nimmt. Dafür sprechen zwei Punkte: 1. Ist es möglich auf Kworb ebenfalls die täglich neu hinzugekommen Aufrufe zu sehen, die deutlich machen, in welchem Ausmaß die Gesamtaufrufzahl noch stetig weiter steigt (zum Beispiel bei Ed Sheerans „Shape of You" kommen täglich ca. 1,5 Millionen Aufrufe hinzu).[233] 2. Finden sich auch Videos aus dem Jahr 2020, allerdings noch auf den unteren „Rängen" − zum Beispiel „Positions" von Ariana Grande auf Platz 1980, Erscheinungsdatum des Videos: 23.10.2020.[234] So ist es durchaus möglich, dass sich in einer selben Untersuchung im Jahr 2022 der Zeitraum der dann betrachteten Musikvideos auf 2012 - 2019 verschiebt. (Unter Annahme, dass das aktuelle Interesse an Musikvideos mindestens gleich bleibt und auch YouTube seinen Status als führende Plattform zum Streaming dieser beibehält.)

Das Geschlechterverhältnis liegt bei 5 Künstlerinnen und 13 Künstlern (inkl. Band mit rein männlicher Besetzung, diese wurde jedoch nur als ein Künstler gezählt). Aufgrund von Kollaborationen sind es in der Anzahl mehr Künstler*innen als Musikvideos.
Was die Regie betrifft, ist diese bei vier Videos unbekannt und bei den 11 verbliebenen Videos von Männern besetzt. Zwei Regisseure kommen dabei zweimal vor: Jason Koenig bei „Perfect" und „Shape of You" beide von Ed Sheeran und Joseph Kahn bei „Blank Space" - Taylor Swift und „Love The Way You Lie" - Eminem/Rihanna. Parallelen zwischen diesen Videos sind für die vorliegende Forschungsfrage nicht relevant und sollen aber kurz erwähnt werden: Bei Koenig herrscht ein überwiegend liebevoller Umgang zwischen den Liebespaaren und bei Kahn einseitige und gegenseitige Gewalt der Paare sowie die Zerstörung materieller Dinge.

Zur Kategorisierung: Mit Abstand am häufigsten werden Szenen von bereits bestehenden Beziehungen gezeigt (815 Sekunden), darauf folgen Kennenlern-Szenarien (154 Sekunden)

[233] https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Letzter Aufruf: 05.04.2021)
[234] https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Letzter Aufruf: 05.04.2021)

und schlussendlich Szenen des Frisch-Verliebtseins (86 Sekunden) und der Trennung (77 Sekunden).
Die Frage, ob diese Ergebnisse daraus resultieren, dass prinzipiell Videos mit bestehenden Beziehungen erfolgreicher und deshalb hier auch überrepräsentiert sind, oder ob insgesamt mehr Videos mit bestehenden Beziehungen veröffentlicht werden und daher Szenen der Trennung weniger vorhanden sind, kann vorliegend nicht beantwortet werden. Zwei Aspekte sprechen jedoch dafür, dass beides zutreffend ist und sogar eine Wechselbeziehung besteht.
Zum einen machen die oben genannten Zahlen von Müller-Schneider, die einen überwiegenden Wunsch nach einer „festen und lebenslangen Beziehung"[235] zeigen, deutlich, was die Mehrheit der Menschen sich wünscht, wobei sich dies demnach wohl auch in Kunst- und Werbeproduktion (welche sich im Musikvideo vereint) niederschlagen wird, als auch in der Konsumselektion der Zuschauer*innen zeigen könnte.
Ein weiterer dafür sprechender Punkt ist der, das die Mehrheit der analysierten Szenen positiv sind (656 Sekunden; im Vergleich 285 Sekunden sind neutral und nur 191 Sekunden negativ). Hier könnte sich also ebenso eine Tendenz zu positiven „Geschichten" in Herstellung und Konsum von Musikvideos zeigen.

Im Folgenden werden nun die Ergebnisse im Detail dargestellt. Das Codebuch ist alphabetisch angelegt, daher werden Aufzählungen von Unterkategorien manchmal auch alphabetisch erfolgen.
Weiter zu beachten ist, dass die Beobachtungen immer mit Hinblick auf eine mögliche Wirkung auf die Zuschauer*innen eingeordnet werden. Natürlich soll nicht über die Medienwirkung der Botschaften spekuliert werden, doch die Botschaften selbst sollen klar zusammengefasst werden, sodass sie zumindest theoretisch Ausgangslage für eine Medienwirkungsforschung bilden könnten.

5.1 Trennung

Das am seltensten vorkommende Thema ist die Trennung. Tatsächlich findet sich diese in nur zwei Videos als zu beobachtende Handlung, wovon dann sogar auch nur eine endgültig ist

[235] Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.16

(soweit im Video ersichtlich). Das dritte Video bildet eine Art Sonderfall, in dem die Trennung vor der sichtbaren Handlung stattfand.
Die vorübergehende Trennung ist in Ed Sheerans Video „Shape of You" zu sehen. Nach einem Kennenlernen und Frisch verliebtsein, trennt sich die Protagonistin dann von ihrem Partner ohne das Gespräch zu suchen. Stattdessen lässt sie ihm ein Foto und ein Andenken an sie in seinem Spind zurück.
Für die Zuschauer*innen wird diese Trennung jedoch kaum als realistisches Beispiel dienen, da ihrer überzogenen Dramatik bereits Ironie innewohnt, die den Auftakt zum absurden zweiten Teil des Videos bildet: Das Foto, dass die Protagonistin hinterlässt, ist gleichzeitig ein Hinweis, woraus eine Art Schnitzeljagd für den Verlassenen entsteht. Nach seiner Suche findet er sich schlussendlich in einem surrealen Kampfszenario wieder, in dessen Schlussszene ihn seine (Ex-)Partnerin rettet. Dieser Punkt, der durchaus die Interpretation einer Wiedervereinigung zulässt, ebenso aber auch die groteske Kampfszene selbst (bevor die (Ex-)Partnerin auftaucht) transportieren keine wirklich schmerzhaften Emotionen der Trennung. Stattdessen bekommt die gesamte Geschichte einen eher humorvollen Charakter.
„Shape of You" ist das einzige Video, in dem deutlich sichtbar ein Klischee aufgebrochen wird; nicht der Mann ist der Retter, sondern die Frau.
Ein(*e) Kommentator(*in?) nimmt dies nicht positiv auf. „Jim Mcneal" schreibt (mit 53 Likes des Kommentars[236]: „The ultimate goal of her actions was to emasculate the guy, it's wise to stay away from such girls". Eine Diskussion zu dieser Aussage entstand leider nicht und auch darüber hinaus beziehen sich die Kommentare nicht auf das Musikvideo, abgesehen von einem einzelnen Lob an das Aussehen der Darstellerin.

Das zweite Video mit einer Trennung ist Taylor Swifts „Blank Space". In diesem Video wird auf intensive Weise, die von Lindsay/Lyons oben genannte historisch-sexistische Annahme, dass Frauen ihre Emotionen nicht unter Kontrolle hätten,[237] umgesetzt. Die Protagonistin dreht in diesem Video völlig durch, ist gewalttätig gegenüber ihrem ehemals Geliebten und destruktiv was Materielles betrifft. In ausführlichen Sequenzen zerstört sie sowohl ihr Eigentum, das mit dem Expartner im Zusammenhang steht, als auch sein Auto, worunter dieser extrem leidet.

[236] (Stand 18.04.2021)
[237] vgl. Lindsay/Lyons, „Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up", S.634f.

Hinweis auf den Grund der Trennung gibt nur Minute 01:48[238], wo der Protagonist sich mit seinem Handy beschäftigt und die Protagonistin sich darüber ärgert. Das Problem könnten also Unaufmerksamkeit oder sogar Betrug sein.
Einen weiteren Hinweis zum Konflikt gibt der Liedtext, welcher die Frau (lyrisches Ich, vorgetragen durch eine Frau) übereinstimmend mit ihrer Darstellung im Video zum einen als verrückt bezeichnet, zum anderen scheint aber das Problem bei beiden Geschlechtern zu liegen, da jeweils die Sehnsucht nach einer toxischen Beziehung unterstellt wird (Argumentation anhand der Liedtexte erfolgt immer in Klammern und unter Annahme von Heterosexualität, aufgrund oben genannter Erkenntnisse zur Frage der Einheit):

„Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane (Hinweis auf Wertung als „verrückt" durch die Ex-Partner)
'Cause you know I love the players (weil toxische Beziehung gesucht wird)
And you love the game (was beim Gegenüber jedoch ebenfalls der Fall ist, warum also die negative Wertung der Frau trotz gleicher „Präferenzen" in der Partnersuche?)
(...)
Screaming, crying, perfect storms
I can make all the tables turn
Rose garden filled with thorns
Keep you second guessin' like
"Oh my God, who is she?"
I get drunk on jealousy (Frau stellt sich jedoch auch selbst als „verrückt" dar)
But you'll come back each time you leave (Erneut der Hinweis, dass auch der Mann eine toxische Beziehung „möchte")
'Cause, darling, I'm a nightmare dressed like a daydream
(...)
Boys only want love if it's torture
Don't say I didn't, say I didn't warn ya"[239]

Taylor Swift erklärt in einem Live-Auftritt,[240] dass sie das Lied als Antwort darauf schrieb bzw. aus der Inspiration heraus, dass die Medien ein Bild von ihr als "psycho serial dater girl"

[238] Blank Space - Taylor Swift https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=108 (Letzter Aufruf: 11.03.2021)
[239] https://genius.com/Taylor-swift-blank-space-lyrics (Letzter Aufruf: 16.03.2021)
[240] https://www.youtube.com/watch?v=p1Zt47V3pPw&t=90s (Letzter Aufruf: 18.04.2021)

zeichneten. Daraus kann man annehmen, Lied und Video unterstützen sexistische Annahmen nicht, sondern führen diese, auf die Spitze getrieben, vor. Ist das Hintergrundwissen um die Entstehung von Lied und Video den Zuschauer*innen allerdings nicht bekannt, könnte ohne diesen einordnenden Rahmen das Bild der durchdrehenden, gewalttätigen Frau als Botschaft so stehen bleiben.

Das dritte „Trennungsvideo" und damit den sogenannten Sonderfall stellt Justin Biebers/Ludacris' „Baby" dar, denn hier ist eine Trennung vorangegangen und das Musikvideo setzt an einer Stelle der Wiederbegegnung beider Expartner*innen ein. Das Video ist daher nicht naheliegend in die Kategorie „Trennung" einzuordnen, da diese ja selbst nicht zu sehen ist. Dennoch ist es innerhalb der vorliegend festgelegten Kategorien hier am ehesten zu verorten und darüber hinaus wäre es nicht sinnführend gewesen eine fünfte Kategorie nur für ein Video zu eröffnen.

Abseits dessen sticht das Musikvideo in der Analyse besonders heraus, da es einige Botschaften enthält, die im bereits genannten Sinne problematisch sind.

Über allem steht, dass der Protagonist extrem aufdringlich ist und die Protagonistin ihm gegenüber eindeutig ablehnend. Sie begegnen sich in einem Bowlingcenter wieder, wo jeder mit seinen jeweiligen Freunden spielt. Der Protagonist nimmt schrittweise Kontakt zu seiner Expartnerin auf. Erst durch freundliche Blicke, dann geht er zu ihr, zieht sie an ihrer Jacke heran,[241] läuft ihr hinterher und wird auch im Ansatz sexuell übergriffig (zum Beispiel in Minute 00:56[242] oder 01:02[243]).

Das alles geschieht, während sie ablehnend reagiert und häufig genervt wirkt. Sie dreht sich ständig weg und stößt ihn mitunter fort. Trotz ihrer klaren Grenzsetzungen, steigert der Protagonist seine „Bemühungen" stetig und übergeht damit immer wieder ihre Bedürfnisse.

Bis zu dieser Stelle ist die Darstellung für die Zuschauer*innen nicht wertend eingeordnet, das heißt es wird nicht deutlich gemacht, ob das Verhalten des Jungen „richtig oder falsch" ist. Dies ändert sich dann jedoch im Gesamtverlauf des Videos und der Schlussszene: Im Laufe des Videos bricht langsam der Widerstand der Protagonistin. Von wütend und ablehnend geht sie über zu einer neutralen Haltung und weniger starker Zurückweisung, bis

[241] Baby - Justin Bieber/Ludacris https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=40 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[242] https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=56 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[243] https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=62 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)

sie ihm schließlich ab Minute 02:05 wohlgesonnener zu sein scheint.[244] Darauf beginnt sie sogar Körperkontakt zuzulassen, der nach wie vor von ihm initiiert ist.[245] Die zweite Hälfte des Musikvideos besteht zu großen Teilen aus einem „Dance Battle“ zwischen den Geschlechtern (die Hauptprotagonist*innen und all ihre Freunde).[246]

Dieser beginnt ausgeglichen in dem Sinne, dass ein Mann und eine Frau jeweils gleich gut in der Mitte vortanzen,[247] dann aber wandelt es sich, sodass fast nur noch Männer im Mittelpunkt tanzen.[248] In diesem Verlauf „erobert“ der Protagonist die Protagonistin zurück und am Ende des Videos gehen die beiden Hand in Hand davon.

Durch diese Narration entsteht eine sehr problematische Botschaft und zwar die, dass „Nein” eigentlich doch „Ja” bedeutet, da die Protagonistin ihn immer wieder wegstößt, aber ihn insgeheim und schlussendlich doch eigentlich will, wie den Zuschauer*innen durch ihren Wandel und dem Ende der Geschichte vermittelt wird. Das bedeutet weiter, dass „Mann” nur aufdringlich und hartnäckig genug sein muss, um letztendlich an sein Ziel zu kommen (was genau so auch im Video dargestellt wird).

Ein weiteres Detail, das eine fehlende Gleichstellung von Frau und Mann signalisiert, ist, dass die Protagonistin häufig devot zu Boden schaut. Auch ihr Kopf ist überwiegend gen Boden gerichtet, sodass sie, wenn sie ihn ansieht, immer ein wenig von unten herauf anschaut, was einen unterwürfigen Eindruck macht.

In Hinblick auf die hier nicht zu beantwortende Frage, welche Wirkung dieses Video auf Zuschauer*innen haben könnte, kann zumindest folgende Information herangezogen werden, die Hoffnung gibt, dass das Video auch beim Ansehen außerhalb wissenschaftlichen Rahmens auf Ablehnung stößt: „Baby” ist das Musikvideo mit den mit Abstand meisten „Dislikes” auf YouTube.[249]

Natürlich muss berücksichtigt werden, dass dies auch ganz andere, als die hier genannten Gründe haben könnte, z.B. die Polarisierung des Künstlers.

In den Kommentaren lässt sich zumindest kein Bezug zu den hier genannten Punkten finden. Überwiegend sind diese positiv und verteidigend was das Lied und auch den Künstler selbst betrifft und drehen sich großteils um das zehnjährige Jubiläum des Liedes.

---

[244] https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=125 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[245] https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=198 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[246] https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=103 (Letzter Aufruf: 30.04.2021)
[247] Nach laienhafter Einschätzung.
[248] https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=150 (Letzter Aufruf: 30.04.2021)
[249] https://kworb.net/youtube/topvideos_dislikes.html (Letzter Aufruf: 22.02.2021)

Insgesamt wird Trennung in den drei Videos auf zwei Arten dargestellt: Entweder als vorübergehend mit Aussicht auf erneutes Zueinanderfinden oder als die totale Katastrophe, in der eventuell zuvor herrschender Respekt voreinander komplett fallen gelassen wird und jede zuvor gehegte Zuneigung nichts mehr wert ist.

5.2 Frisch verliebt

Drei Videos zeigen Szenen des Frisch-Verliebtseins, wobei sich die weiteren Codierungen überwiegend in die beiden Unterkategorien 1 „Aktivität" (im Sinne von Freizeitbeschäftigung) und „Nähe" aufteilen.
Die gezeigten Aktivitäten sind dabei Tanzen („Perfect" - Ed Sheeran) und Sport machen („Shape of You" - Ed Sheeran). Da es allerdings nur diese zwei Beispiele gibt, die jeweils auch nur auf ein Video zutreffen, sind sie nicht repräsentativ für die Darstellung von Aktivitäten in den meistgestreamten Musikvideos.
Selbst wenn man alle Videos im analysierten Sample kategorieübergreifend betrachtet, kommt nur eine Freizeitbeschäftigung mehrmals vor und das ist wenig überraschend eben das Tanzen (in fünf verschiedenen Videos).
Angesichts dessen, dass man sich hier im Bereich der Musik befindet, erscheint diese Entdeckung selbstverständlich.
Die andere Unterkategorie 1 „Nähe" zeigt sich bei den „Frisch verliebt"-Videos ausschließlich liebevoll und ist immer positiv bewertet.
Als Beispiel dafür kann Minute 03:48[250] in „Perfect" - Ed Sheeran genannt werden.
Dieses Video repräsentiert die Kategorie „Frisch verliebt" am besten. Es kommen Szenen der Unsicherheit darüber, ob der andere einen ebenfalls mag, vor,[251] die auch einen Hauch von Eifersucht haben,[252] sowie vielen (teilweise neckischen) Annäherungsversuchen.[253] Der Mann singt ein Lied für die Frau[254] (Bezug zu oben genannten Minnesängern) und schlussendlich finden sie zueinander.[255] Alles ist übermäßig schön und romantisch inszeniert inklusive dem

[250] Perfect - Ed Sheeran https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=228 (Letzter Aufruf: 05.04.2021)
[251] Minute 00:27 - 00:40 https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=27 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)
[252] Minute 00:49 - 00:52 https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=49 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)
[253] Minute 02:17 - 02:37 https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=137 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)
[254] https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=190 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)
[255] https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=234 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)

Ansprechen verschiedener Sinne. Es wird Pizza gegessen, es wird gesungen, es wird ein Katzenbaby gestreichelt,[256] die Protagonist*innen befinden sich in einer gemütlichen Hütte nur zu zweit, draußen fällt der Schnee in großen Flocken und am Ende des Videos wird bei Sonnenuntergang und Sternen in den Schneebergen getanzt.[257] Das Musikvideo scheint in der Anzahl „schöner Momente" und der Inszenierung dieser kaum noch zu übertreffen sein. Dicht an dicht reihen sich Emotionen der Nostalgie, Wiedersehensfreude, Eifersucht, Spaß mit Freunden, Spaß am Sport, Spaß am Leben und über allem oder mit jedem verknüpft die Verliebtheitsgefühle.
In Bezug auf Gender lässt sich positiv feststellen, dass die Protagonist*innen sich durchgängig auf Augenhöhe begegnen. Einzig der Umstand, dass der Mann für die Frau singt, was auch in anderen der untersuchten Musikvideos in dieser Konstellation und niemals umgekehrt vorkommt, ist diskutabel. Dies wird später in der Arbeit noch einmal aufgegriffen.

5.3 Kennenlernen

Kennenlernen-Szenen finden sich in insgesamt fünf der untersuchten Videos.
Innerhalb dieser Kategorie wurden 66% der Sekunden der Unterkategorie 1 „Allgemeine Situation" zugeordnet. Darunter fallen Situationen, für die es zum einen nicht sinnführend war jeweils neue Unterkategorien 1 zu eröffnen, da sie entweder zu selten vorkamen oder zu unspezifisch waren. Zum anderen war es wichtiger diese Situationen zur Einordnung und Bewertung von Dominanz und Gleichstellung heranzuziehen, worauf im Folgenden immer wieder eingegangen wird.

Burkart legt dar, dass sich (im realen Leben) ein Drittel der Paare im Freundes- und Bekanntenkreis kennenlernen, 20% auf der Arbeit oder in der Bildungsstätte, sowie ein Viertel bis ein Drittel in Freizeitinstitutionen.[258] Im Vergleich zu diesen Daten war es in der Kategorie „Kennenlernen" natürlich interessant, konkret anzuschauen, wie die Protagonist*innen sich innerhalb der Musikvideos begegnen. Hierzu fanden sich vier Videos als Beispiele, wovon in drei davon das Kennenlernen durch ein Missgeschick stattfindet:

[256] https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=237 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)
[257] https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=250 (Letzter Aufruf: 19.04.2021)
[258] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.80

1. In Camila Cabelos „Havana" tanzt die Protagonistin auf der Straße, der Protagonist fällt aufgrund dieses Anblicks mit dem Fahrrad hin und stößt dabei mit dem Kopf auf (trägt aber einen Helm). Sie eilt ihm zur Hilfe.[259]
2. In CNCO's „Reggaeton Lento", greifen beide Protagonist*innen nach derselben Bowlingkugel und stoßen dabei fast mit dem Kopf aneinander.[260]
3. In Ed Sheerans „Shape of You" öffnet die Protagonistin ihren Spind so ungeschickt, dass sie die Tür gegen den Kopf des Protagonisten schlägt.[261]

Es ist auffällig, dass in allen drei Szenarien der Kopf eine Rolle spielt und in zwei von dreien Schmerz/Verletzung des Mannes. Fast scheint es die einzige Möglichkeit für Frauen den Kontakt von sich aus aufzunehmen, wenn der Mann für einen Moment „schwach" ist. Bei "Havana" hat das Verhalten der Frau fast etwas mütterlich, tröstendes und bei "Shape of You" kann provokativ die Frage gestellt werden, ob Verzeihung (statt Empörung oder sogar Rache) nur stattfindet, weil die Täterin eine (für den Protagonisten gut aussehende) Frau ist.

Im vierten und fünften Video lernen sich die Protagonist*innen einmal im Supermarkt und einmal in einer Bar kennen.

Von den eben durch Burkart genannten Begegnungsmöglichkeiten wird in den Musikvideos also nur die letzte, die Freizeitinstitutionen, repräsentiert und das in drei von fünf Videos. Vier wenn man „Havana" dazu zählt, da die Protagonistin gerade aus einem Kino kommt.

Die in diesem Zusammenhang ebenfalls interessante Frage, vor allem in Bezug auf Dominanz und Gleichstellung, wäre, wer wen zuerst anspricht. Dieses „klassische" Szenario kommt so nicht vor, doch andere Szenarien geben eine Richtung an.

In „Love The Way You Lie" dominiert die Frau im Kennenlernprozess; an der Bar wendet sie sich ihm zu und als sie geht, ist das eine Aufforderung ihr zu folgen, welcher er sofort nachkommt.[262] Bei „Havana" hingegen macht der Mann den ersten Schritt, indem er die Frau an sich zieht und einen Tanz beginnt.[263]

Ein Abwechseln in der Dominanz der Protagonist*innen findet bei Shakiras/Malumas „Chantaje" statt: Den Anfang macht der Mann, indem er ausgesprochen aufdringlich von hinten an die Protagonistin herankommt, die Nase sogar in ihr Haar steckt.[264]

---

[259] Havana - Camila Cabello https://youtu.be/BQ0mxQXmLsk?t=340 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[260] Reggaeton Lento - CNCO https://youtu.be/7jpqqBX-Myw?t=65 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[261] https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=67 (Letzter Aufruf: 22.02.2021)
[262] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=106 (Letzter Aufruf: 09.03.2021)
[263] https://youtu.be/BQ0mxQXmLsk?t=351 (Letzter Aufruf: 09.03.2021)
[264] https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=21 (Letzter Aufruf: 09.03.2021)

Wie bei Justin Biebers/Ludacris' „Baby" wird den Zuschauer*innen vermittelt, dass Aufdringlichkeit zum Ziel führt, denn nach einem ersten Schreck ist die Protagonistin dem Mann gegenüber sofort positiv eingestellt und nimmt ihn sogar gleich darauf in einen Geheimgang mit. Hier verschiebt sich die Dominanz zugunsten der Protagonistin, denn sie führt nun an und auch am Ziel des Ganges, einer Bar, tanzt sie selbstbestimmt und tonangebend. Es ist jedoch ebenso zulässig zu interpretieren, dass die Frau aufgrund der Aufdringlichkeit des Mannes sofort „gefügig" wird und in den Szenen, in denen sie scheinbar die Oberhand hat, trotzdem in Wirklichkeit nur tut, was der Mann möchte. Dafür sprechen mehrere Szenen des „male gaze",[265] wo also der Fokus der Aufnahmen auf dem Körper der Frau liegt oder sogar Details in Großaufnahme gezeigt werden[266] und daneben eine weitere bedenkliche Sequenz des Musikvideos: Ab Minute 01:09 beginnt der Protagonist die Frau im Bad zu beobachten.[267]

Hier vermischen sich Narrativ-Szenen mit Tanzszenen, sodass der Umgang der Protagonistin mit der Situation innerhalb der erzählten Geschichte zwar nicht eindeutig ist, der positive Charakter der Darstellung im Gesamtvideo indes ganz klar transportiert wird.

Auf Erzählebene könnte die Protagonistin sein heimliches Beobachten im Verdacht haben, stört sich in diesem Fall aber nicht daran.[268] Jedoch wird durch die Tanzszenen (die zwar wie oben erklärt nicht in der Codierung berücksichtigt werden, aber vorliegend wichtig zu beachten sind) dem Narrativ des Voyeurismus ein positiver Charakter gegeben.

Man sieht wie der Mann durch ein Schlüsselloch schaut und die Frau zwar nicht als Teil der dargestellten Geschichte handelt, aber trotzdem innerhalb der Logik des Musikvideos: sie tanzt, dies mitunter sehr sexuell und immer wieder zeigt sie ihre Unterwäsche. Der verruchte Charakter wird durch die Toilettensituation mit Pissoirs im Hintergrund unterstrichen.

Die damit transportierte Botschaft ist also, dass übergriffiges Beobachten im Bad/auf der Toilette nicht nur erlaubt ist, sondern auch noch erwünscht und mit Freizügigkeit belohnt wird. Es ist jedoch wichtig dabei zu beachten, dass diese Feststellung nicht auf der Art, wie die Protagonistin tanzt oder sich entblößt basiert, sondern nur auf Grundlage des Gesamtkontext des Videos und der besagten Szene. In einem anderen Kontext ließe sich der

[265] Laura Mulvey, "Visual Pleasure and Narrative Cinema", in *The Routledge Reader in Gender and Performance*, hrsg. v. Lizbeth Goodman/Jane de Gay, London: Routledge 2002, S.296
[266] zB. https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=76 (Letzter Aufruf: 20.04.2021)
[267] https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=69 (Letzter Aufruf 09.03.2021)
[268] https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=83 (Letzter Aufruf: 20.04.2021)

Tanz auch als selbstbestimmte Sexualität einordnen, da diese nicht bloß weil sie auf diese oder jene Art gestaltet ist, automatisch als unabhängig oder als einer anderen Person gefällig gewertet werden darf.

Trotzdem gehört auch „Chantaje" zu den höchst problematischen Videos des vorliegenden Samples und fügt sich zusammen mit den zwei Justin Bieber-Videos in die oben genannte Beobachtung von Lindsay/Lyons ein, dass Männer in Musikvideos eine übermäßige Anziehung haben und die Frauen in ihrer Selbstständigkeit und ihren Wünschen missachtet werden.[269]

Ein letztes Mal verschiebt sich das Machtgefälle bei „Chantaje" zugunsten der Frau, als sie dem Mann an der Bar Alkohol zuschiebt,[270] danach löst sich der narrative Teil bis zum Ende auf, wo die beiden dann noch einmal innerhalb der Geschichte tanzen.[271] Der Mann scheint zu führen, jedoch wirkt das Ganze sehr organisch und nicht, als würde die/der eine die/den andere*n dominieren.

Insgesamt wechselt das Machtgefälle in diesem Musikvideo also, bis die Situation auf Augenhöhe endet, was an sich eine wirkungsvolle Konzeption in Bezug auf Gleichstellung sein könnte. Der wesentliche Unterschied, der das Ganze jedoch ins Negative kippt, ist, dass die Szenen, in denen der Mann dominiert, grenzüberschreitend sind und zeitgleich positiv von der Frau bewertet werden.

Weniger extrem, aber ebenfalls interessant in Bezug auf Gleichstellung und Grenzüberschreitung ist Ed Sheerans „Shape of You". Die Protagonist*innen haben ihr erstes Date, er springt um sie herum und täuscht boxen an[272] (ihr gemeinsamer Sport), im Restaurant nimmt er sich eine Speisekarte, sie kann nur mit darauf sehen. Die beiden bekommen ihr Essen, sie einen Salat, er einen Berg aus Pommes und frittiertem Fleisch. Schon an dieser Stelle könnte man fragen, warum dem so ist. Ist der Frau im Rahmen von aufgezwungenen Schönheitsidealen nicht mehr als ein Salat vergönnt? Oder soll es in diesem Rahmen eine parodistische Anspielung darauf sein, dass „Frauen immer Diät halten müssen"? Ist die Szene ein Symbol dafür, dass Männer frei und ungezwungen in ihren Handlungen und Entscheidungen sind und Frauen sich eher Konventionen beugen (müssen)?

---

[269] vgl. Lindsay/Lyons, „Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up", S.632f.
[270] https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=104 (Letzter Aufruf: 09.03.2021)
[271] https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=179 (Letzter Aufruf: 26.04.2021)
[272] https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=76 (Letzter Aufruf: 10.03.2021)

Oder um es auch aus einer ganz anderen Perspektive zu betrachten: Wird den Männern mit dieser Szene mangelnde Bildung im Bereich Gesundheit und Ernährung unterstellt?
Die Frage nach der Symbolik des Essens kann innerhalb der vorliegenden Arbeit leider nicht beantwortet werden, weshalb die Diskussion nicht über diese Denkanstöße hinausgeht.
Was jedoch zu beobachten und klar festzustellen ist, ist eine weitere Grenzüberschreitung Mann gegen Frau. Was auch immer der fiktive Grund für die Essensauswahl der Protagonistin war, ihre Entscheidung oder sogar dahinter stehende Bedürfnisse werden in der dargestellten Geschichte übergangen, als der Protagonist ihr ein Stück Fleisch auf den Teller wirft.[273] Wie bereits vertraut aus zuvor analysierten Szenen ist auch hier die Reaktion der Protagonistin positiv und sie „knickt" sogar sofort ein, indem sie anfängt Pommes von seinem Teller zu essen.
Zumindest aber nimmt auch er eine Gabel von ihrem Salat, wodurch ein positiver Charakter des gegenseitigen Teilens des Essens entsteht. Die Grenzüberschreitung bleibt allerdings als solche trotzdem stehen und zählt damit zu den negativen Botschaften der Musikvideos.

Zurück zur ursprünglichen Frage wer den Anfang beim Kennenlernen macht, kann diese bei „Shape of You" mit dem Mann beantwortet werden. Es wird zwar nicht klar, wer das Date an sich initiiert hat, aber er wagt dann den Schritt des Hand Nehmens und Küssens.[274]
Insgesamt macht also in drei Videos der Mann den ersten Schritt und in einem Video die Frau.
Auf das letzte Video „Reggaeton Lento" - CNCO trifft keines von beidem zu, da die beiden Protagonist*innen über ihren ersten Kontakt nicht weiter hinaus kommen.
Dieses Musikvideo fällt dadurch auf, dass hier der Protagonistin etwas gelingt, wohingegen der Protagonist völlig scheitert, sodass die Bewunderung ihr gilt: Beim Bowling trifft sie alle Kegel, er keine: Minute 01:17 - 01:42.[275] Was erst als vielversprechende Narration beginnt, die auch der Frau Können und Bewunderung für etwas Anderes als ihr Äußeres zugesteht, endet dann doch unbefriedigend. Nachdem der Protagonist gescheitert ist, wird weder ihre Reaktion darauf gezeigt, noch die Geschichte fortgeführt. Hierdurch entsteht die Botschaft, dass der Mann keine Chance bei der Frau seines Interesses hat (bzw. dieses verfällt, denn

[273] https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=93 (Letzter Aufruf: 10.03.2021)
[274] https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=107 (Letzter Aufruf: 10.03.2021)
[275] https://youtu.be/7jpqqBX-Myw?t=77 (Letzter Aufruf: 09.03.2021)

zuvor hatte die Protagonistin offensichtlich Interesse), wenn er nicht „performen“ und beeindrucken kann.
Der Aspekt der positiven Darstellung weiblichen Könnens kann dafür zumindest „Shape of You” zugestanden werden, da Protagonistin und Protagonist gleich gut boxen[276] und sie ihn, wie oben erörtert, am Ende rettet.

5.4 Beziehung

Da „Beziehung” wie genannt innerhalb der hier betrachteten Musikvideos am häufigsten codiert wurde, soll folgend tabellarisch dargestellt werden, was innerhalb dieser Kategorie dann am häufigsten in Unterkategorie 1 vorkam:

Unterkategorie 1 innerhalb „Beziehung”	Sekunden
Allgemeine Situation	182
Nähe	133
Streit	84
Ansehen (im Sinne von Anschauen)	74
Außergewöhnliche Situation	65
Liebesbekundung	59
Sexualität	41

Wie in der Kategorie „Kennenlernen” fallen unter „Allgemeine Situation” ebenfalls Situationen, für die es keinen Sinn machte neue Unterkategorien 1 zu eröffnen, entweder weil sie zu selten vorkamen oder zu unspezifisch waren. Auch hier wurden sie zur Bewertung von Dominanz und Gleichstellung herangezogen. Es ergaben sich dabei vier Unterkategorien 2: 1. Distanz 2. Frau dominiert 3. gleichberechtigt 4. Mann dominiert.

[276] Diese Feststellung basiert nicht auf Box- oder Sportkenntnissen der Analysierenden, sondern ist Interpretation der Inszenierung.

Distanz zeigt sich bei J. Balvins „Ay Vamos", Minute 02:23 - 02:30[277], bei Rihannas/Eminems „Love The Way You Lie", Minute 01:00[278] und ganz besonders bei Justin Biebers „What Do You Mean" (u.a. in Minute 01:33 - 01:41[279]). Diese Szenen zeichnen sich überwiegend dadurch aus, dass zum einen räumliche Distanz zwischen den Protagonist*innen herrscht und zum anderen die traurigen und ratlosen Gesichtsausdrücke sowie zugeworfene Blicke ebenso auch eine innere Distanz zueinander vermitteln. In allen drei Videos hängt offensichtlich ein Konflikt in der Luft, der sich den Zuschauer*innen in unterschiedlichem Maß durch die Gesamtgeschichte erklärt.

Bei „What Do You Mean" liegt die Protagonistin abgewandt auf dem Bett und der Protagonist singt ratlos in die Kamera. Wie schon das oben genannte Video zu „Baby" (Interpret ebenfalls u.a. Justin Bieber) sticht auch dieses Video besonders negativ aus dem Sample heraus. Der Grund dafür liegt an der Vermittlung eines durch und durch unhaltbaren Umgangs mit einem Problem, ausgeführt durch den Mann. Wie in den vorangegangen Negativbeispielen wird es umso problematischer dadurch, dass eine positive Bewertung durch die Frau stattfindet. Aufgrund der drastischen Darstellung im vorliegenden Beispiel ist es besonders fatal, dass sein Verhalten von der Protagonistin nicht sanktioniert wird, im Gegenteil: sie scheint sich zu freuen und auch die Konflikte sind am Ende „gelöst".

Die Geschichte: Die Protagonistin hat offensichtlich ein Problem mit Nähe, da sie diese zwar immer wieder zulässt, ihren Partner dann aber doch von sich stößt (u.a. Minute 01:02[280]). Der Protagonist scheint wenig Verständnis dafür zu haben, macht unter anderem ein Zeichen, welches ihren geistigen Zustand in Frage stellt (Minute 01:48[281]).

Das Musikvideo ist zu Beginn irritierend und schwer einzuordnen, da hier (vielleicht gewollt zweideutig) unklar ist, ob Sexarbeit gezeigt wird. Vor einem Motel gibt der Protagonist einem anderen Mann Geld, ihre kurze Unterhaltung klärt nicht weiter auf. Darauf besucht der Protagonist seine Partnerin (?) in einem stark rot beleuchteten Zimmer, wo neben sexuellen Interaktionen die eben beschriebenen Szenen stattfinden.

An dieser Stelle stürmen Männer mit unheimlichen Masken den Raum, entführen erst den Mann und danach die Frau. Diese ist nur in Unterwäsche gekleidet und mit dem zweiten

[277] Ay Vamos - J.Balvin https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=143 (Letzter Aufruf: 16.02.2021)
[278] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=60 (Letzter Aufruf: 23.02.2021)
[279] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=93 (Letzter Aufruf: 16.02.2021)
[280] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=61 (Letzter Aufruf: 16.02.2021)
[281] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=108 (Letzter Aufruf: 16.02.2021)

Entführer kurz allein, sodass eine Szene entsteht, die die meisten Frauen höchstwahrscheinlich beängstigend finden würden (ab Minute 02:15[282]).
In der außergewöhnlichen Situation des Entführtseins, einmal im Auto und einmal in einer Lagerhalle, entsteht die vom Protagonisten gewünschte Nähe, da sich seine Partnerin aus Angst an ihn hält und ihm sein Vertrauen schenkt.
Nach der vermeintlichen Rettung durch ihn, wird jedoch für die Zuschauer*innen und auch für sie deutlich, dass er die ganze Entführung inszeniert (und bezahlt) hat; die beiden finden sich inmitten feiernder Leute wieder und auch die Maskierten tauchen auf, enttarnen sich und werden vom Protagonisten freundschaftlich begrüßt. Die Frau zeigt ab dem Punkt der „Rettung" keine negative Emotionen mehr, stattdessen scheint ihre Zuneigung durch das Erlebnis gewachsen zu sein (z.B. Minute 3:57[283]). Und das, obwohl sie nun weiß, dass die Entführung durch ihren Partner initiiert wurde. Es gibt keinen Vorwurf an ihn, sondern nur Befürwortung und es scheint auch so, als wäre das Problem obendrein eben damit „gelöst".
An der Stelle der „positiven" Auflösung der Geschehnisse, macht auch die Unterhaltung zwischen den Männern zu Beginn des Videos für die Zuschauer*innen Sinn. Besonders aber verdeutlicht sie aus analytischer Sicht noch einmal das Ausmaß der durch das Video vermittelten, höchst problematischen Botschaft:

Protagonist: „Promise me one thing."
Entführer: „What's that?"
Protagonist: „Shouldn't let the girl get hurt."
Entführer: „You play with fire, just might get burned."[284]

Dies bedeutet also, dass der Entführer dem Protagonisten keine Garantie auf Unversehrtheit der Frau gibt, sogar das Gegenteil andeutet und der Protagonist trotzdem (!) den Plan beibehält.

Dieses Video bildet in Bezug auf transportierte Botschaften den ersten von zwei Tiefpunkten der analysierten Videos, da es geradezu schockierend und zumindest verstörend anmutet, wie hier mit einer Frau umgegangen wird, die 1. entweder Hilfe braucht oder 2. ihr

[282] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=135 (Letzter Aufruf: 16.02.2021)
[283] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=237 (Letzter Aufruf: 16.02.2021)
[284] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=16 (Letzter Aufruf: 27.04.2021)

Verhalten selbstbestimmt gestaltet, auch wenn es dem Partner nicht gefällt oder 3. schlicht ein Kommunikationsproblem zwischen den beiden Partner*innen vorliegt.
Dass dies schwerlichst Liebe sein kann, zeigt ein Vergleich mit der Literatur. Buer sagt: „Wer wirklich liebt, der will, dass es dem Anderen gut geht. Er möchte ihn beschenken und wird auf ihn Rücksicht nehmen. Das entspricht einer *Strebens-Ethik*, die auf ein gutes glückliches Leben aus ist. Das Streben nach Liebe motiviert intrinsisch, dem Anderen auf einmalige Weise gerecht zu werden."[285]
Statt also einen geeigneten Umgang zu wählen, der entweder vernünftige Gespräche zwischen den beiden oder das Aufsuchen einer*s Therapeut*in bedeuten würde (ob für den Mann, die Frau oder beide), wird ein traumatisierendes Ereignis organisiert, welches bei der Frau angeblich eine positive Kehrtwendung bewirkt. Hier wird ein Frauenbild gezeigt, das nicht selbstständig denkt, historisch formuliert „hysterisch" ist und durch das harte Durchgreifen des Mannes „geheilt" wird.

Dazu passend ist die in den Videos generell transportierte Erwünschtheit von männlicher Dominanz, welche sich in den Gesamtzahlen der drei anderen Unterkategorien 2 zeigt. In der Anzahl codierter Sekunden unterscheiden sie sich zwar nicht bedeutend, Frauen sind in insgesamt 47 Sekunden dominant, Männer in 52 Sekunden und in 41 Sekunden sind sie gleichgestellt, also in ihrer Dominanz oder Nicht-Dominanz auf Augenhöhe. Jedoch die Bewertung macht den Unterschied. So wird nur 22% der weiblichen Dominanz als positiv gewertet (der Rest neutral) und 48% der männlichen Dominanz als positiv (40% neutral, 10% negativ).
Im Folgenden sollen noch weitere Beispiele männlicher Dominanz genannt werden, die zwar nicht so drastisch wie bei Justin Bieber sind, aber trotzdem an Übergriffigkeit grenzen.

1. „Just The Way You Are" von Bruno Mars, Minute 00:04 - 00:14; die Protagonistin hört Musik auf Kopfhörern, er unterbricht sie dabei und zerstört die Kassette, die sie gehört hat.[286] Zwar stellt dies im Video den Auftakt zu einer Liebesbekundung seinerseits dar, weil er mithilfe der (dann animierten) Kassettenbänder zeigt, wie schön er sie findet und was er für sie empfindet. Allerdings mutet die Metaphorik

[285] Buer, „Geschlechtergerechtigkeit in Liebesbeziehungen", S.137
[286] Just The Way You Are - Bruno Mars https://www.youtube.com/watch?v=LjhCEhWiKXk (Letzter Aufruf: 16.02.2021)

einen Gegenstand der Frau zu zerstören, um seine Gefühle auszudrücken, doch bedenklich an.

Das Video ist in Bezug auf Gender des weiteren sehr beachtenswert, da ein wesentlicher Aspekt des Inhalts ist, dass die Frau sich ihrer unsicher ist, was besonders in Bezug auf ihr Äußeres gezeigt wird (welches nach bestimmten „Schönheitsidealen“ vermutlich als sehr attraktiv bezeichnet werden kann). Der Mann als Gegenpart versichert ihr hingegen immer wieder durch seine Zeichnungen, wie schön sie ist. Das Video transportiert damit Teile des Songtextes:

„When I compliment her, she won't believe me (Sie glaubt ihm seinen Zuspruch nicht (oder tut vielleicht nur so, um noch mehr davon zu hören?).)
And it's so, it's so
Sad to think that she don't see what I see
But every time she asks me, "Do I look okay?" (Unsicherheit der Frau (oder Deutung wie oben).)
I say

[Chorus]
When I see your face
There's not a thing that I would change
'Cause you're amazing just the way you are (Zuspruch des Mannes, könnte sich allerdings auch lediglich auf ihr Äußeres beziehen. „When I see your face” könnte entweder in dem Sinne „wenn ich dich sehe” gemeint sein, oder aber „wenn ich dein Äußeres betrachte”.)
(...)
Her laugh, her laugh
She hates, but I think it's so sexy”[287]

Dem Video wohnt allerdings eine (vermutlich ungewollte) Ironie inne und zwar die, dass es im Text um die positiven Attribute der Partnerin geht, trotzdem aber überwiegend der Mann (auch in den Animationen) gezeigt wird.

Insgesamt gibt die Frau sich sehr unsicher, fast beschämt, was jedoch auch manchmal einen (gut geschauspielerten) unauthentischen Eindruck macht. Das wirft die Frage

[287] Just The Way You Are - Bruno Mars https://genius.com/Bruno-mars-just-the-way-you-are-lyrics (letzter Aufruf: 24.02.2021)

auf, ob die Selbstzweifel nur Koketterie sind. Die Hand hat sie immer wieder am oder im Mund,[288] was ein irritierendes Bild eines sexy-schüchternen Mädchens vermittelt.
Da die Liebesbekundung so einseitig (vom Mann an die Frau) erfolgt und die Protagonistin den überwiegenden Eindruck macht, als wäre sie sich ihrer selbst nicht ganz sicher und deshalb genau diese Fürsprache braucht, entstehen zwei Fragen zur möglicherweise fehlenden Autonomie der Frau: 1. Braucht sie die Bestätigung des Mannes, dass sie toll ist (wobei sich das hier ja auch vermutlich nur auf ihr Aussehen beziehen könnte) um es selbst überhaupt erst glauben zu können? 2. Macht diese Bestätigung eventuell ihre Zuneigung zu ihm überwiegend aus, was für keinen von beiden wünschenswert ist? Schließlich würde das bedeuten, dass sie sich ihres Selbstwertes nicht bewusst ist und nur demjenigen Zuneigung geben kann, der ihr diesen zuspricht. Die Annahme wird weiter dadurch gestützt, dass sie stets eine devote Haltung hat; immer wieder hält sie den Blick gesenkt und streichelt ihn erst als Reaktion auf den von ihm ausgehenden Körperkontakt.[289]
Burkart verdeutlicht welche tragende Rolle Selbstbestimmung in der (Entstehung der) Liebesbeziehung einnimmt.[290] Und hiefür wird Selbstbewusstsein als entscheidender Bestandteil angenommen.

> „Allerdings ist das Aufgeben von Individualität und Autonomie heute nur noch bedingt akzeptabel, denn moderne Liebesbeziehungen setzen eine hoch entwickelte Individualität und eine differenzierte Subjektivität voraus. Das moderne Paar ist entstanden mit dem historischen Aufstieg des Individualismus (...). Ohne „Individualisierungsschub" ist die Intensivierung der Liebesvorstellung kaum denkbar. Mit gesteigerter Individualität wächst die Möglichkeit von „Liebe" – und umgekehrt. Trotz Verschmelzung zum Paar bleibt Individualität erhalten."[291]

Da dieses Ausleben von Individualität und auch die Autonomie der Frau durch ihre übermäßige Angewiesenheit auf Bestätigung von außen mangelhaft ausgeprägt zu sein scheint, könnte man das Vorliegen einer Liebesbeziehung, zumindest im Sinne der vorliegenden Literatur, hinterfragen.

---

[288] https://youtu.be/LjhCEhWiKXk?t=125 (Letzter Aufruf: 13.03.2021)
[289] https://youtu.be/LjhCEhWiKXk?t=211(Letzter Aufruf: 17.03.2021)
[290] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.31
[291] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.31

2. „All of Me" von John Legend, Minute 00:34 - 01:01[292]: die Protagonistin scheint in dieser Szene nicht gut gelaunt zu sein und die Art, wie der Mann damit umgeht, ist auch hier dominant bis aufdringlich. Beim ersten Mal versucht er ihr Essen anzudrehen, was ihr anfangs nicht gefällt, dann steigt sie aber doch lachend auf das gegenseitige Füttern ein. Beim zweiten Mal schaut sie wieder traurig weg und er drängt sie relativ bestimmt in einen Kuss. Auch hier leistet sie erst etwas Widerstand, gibt dann aber nach und wertet den Moment daraufhin auch mit einem Lachen positiv. Wie bei „Baby" (Justin Bieber) könnte man auch diese Szenen in die Rubrik „Nein" heißt eigentlich „Ja" einordnen. Oder anders formuliert; wenn „Mann" es nur hartnäckig versucht, wird die Frau nachgeben und die Situation am Ende auch noch positiv bewerten.
3. „Love The Way You Lie" - Eminem/Rihanna, Minute 03:32[293]: er folgt ihr auf bedrohliche Weise und als sie sich daraufhin im Bad einschließt, versucht er die Tür mit Gewalt zu öffnen.
4. „Treat You Better" - Shawn Mendes, Minute 00:48[294]: er kneift ihr in die Wange, sie sieht aus, als wüsste sie nicht so richtig, was sie damit anfangen soll.

Alle diese Szenen finden im Rahmen des mehr oder weniger normalen Alltags der Protagonist*innen statt und der hier zu beobachtende Umgang der Männer mit den Frauen zeugt mitunter von fehlender Achtung dieser, aber in jedem der Fälle von einer Missachtung derer Bedürfnisse (1. Musik hören 2. traurig sein 3. alleine sein zu wollen 4. Abstand zu suchen 5. respektvoll behandelt werden zu wollen.)
Wieder gibt es im Sample keine vergleichbare Szene, in der die Rollen umgekehrt sind.

In der Darstellung von „Nähe" innerhalb der Kategorie „Beziehung" unterscheiden sich die Ergebnisse nicht bemerkenswert von denen der „Frisch verliebt" Szenen. 84% der Szenen sind liebevoll und 95% davon positiv bewertet (der Rest neutral). Es gibt 13 Sekunden, die männliche Dominanz oder Gewalt zeigen (neutrale Bewertung), erneut kein weibliches Äquivalent dazu.

[292] All of Me - John Legend https://youtu.be/450p7goxZqg?t=34 (Letzter Aufruf: 07.04.2021)
[293] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=203 (Letzter Aufruf: 07.04.2021)
[294] Treat You Better - Shawn Mendes https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=48 (Letzter Aufruf: 07.04.2021)

„All Of Me" von John Legend ist das Video mit den meisten Sekunden, die auf „Nähe" entfallen. Gleichzeitig war es das Video, deren Szenen am schwierigsten in die Unterkategorien und die Bewertung einzuordnen waren. Die Frage ob eine positive, funktionierende oder eine problematische Beziehung dargestellt wird, war nicht leicht zu beantworten, bis dann in der letzten Szene die Auflösung in Form eines Hochzeitsvideos kam, welches bei der realen Hochzeit des Sängers John Legend und seiner Frau Chrissy Teigen (Protagonistin im Musikvideo) aufgenommen wurde.[295]

Die Komplexität der Szenen liegt 1. darin, dass es mitunter so wirkt, als wäre der Mann mehr an der Frau interessiert, als sie an ihm[296] 2. sind die Emotionen der beiden schwerer zu durchschauen und wechseln vor allem bei der Frau innerhalb derselben Szene von negativ zu positiv und umgekehrt, obwohl der Mann seine Handlungen nicht verändert. Dies lässt mitunter den Eindruck entstehen, dass ein den Zuschauer*innen unbekannter Konflikt vorliegt und der Protagonist der Protagonistin gegen ihren Willen näher kommt. (In dem Sinne, dass sie sich noch nicht ausgesprochen und geeinigt haben).[297] 3. Zeichnet sich das Video durch intime[298] und romantische[299] Szenen aus, die es so in keinem der anderen Musikvideos innerhalb des Samples gibt. Dies stand in auffälligem Kontrast zu den eben genannten negativ anmutenden Szenen.

Durch das Privatvideo der Hochzeit am Ende des Musikvideos wurde dann jedoch deutlich, dass die Protagonist*innen auch im realen Leben ein Paar sind, was einen entscheidenden Hinweis für die gesamte Untersuchung gab. Denn möglicherweise rühren die auffälligen Ambivalenzen allein daher, dass eine reale zwischenmenschliche Beziehung zwischen den Darsteller*innen besteht, anstatt wie in allen anderen untersuchten Videos eine fiktive. Dieser Umstand bietet Grundlage für die mögliche Erkenntnis, dass fiktive Liebesdarstellungen nie die Graubereiche einer realen Beziehung adäquat darstellen können und damit automatisch eher arm an den Facetten bleiben, die in „All of Me" so sichtbar werden.

Szenen, die im Video besonders herausstechen, sind zum einen die Kussszene,[300] die mit acht Sekunden die mit Abstand längste Kussszene aller betrachteten Videos ist. Darüber hinaus ist

[295] John Legend heiratet Model Chrissy Teigen - hier die Fotos https://www.eonline.com/de/news/459224/john-legend-heiratet-model-chrissy-teigen-hier-die-fotos (Letzter Aufruf: 26.04.2021)
[296] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=7 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[297] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=35 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[298] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=97 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[299] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=203 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[300] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=134 (Letzter Aufruf: 01.03.2021)

der Kuss auf eine ungeschminkte und undekorative Weise inszeniert, die ebenfalls so in keinem anderen Video zu finden ist: Das Bild ist (wie im ganzen Video) schwarz-weiß, die Einstellung „Halbnah" zeigt viel, da die Kamera auch langsam näher kommt, das Licht ist relativ stark, der Kuss wird von keinen Schatten verdeckt, die Szene ist trotz Nacktheit nicht auf eine auffällig sexualisierte Weise inszeniert.
Die andere Szene, die gleichzeitig ein Beispiel für die eben genannte Schwierigkeit der Interpretation war und nur durch den Kontext eingeordnet werden konnte, ist in Minute 4:31 - 4:38, wo die Protagonistin vor Glück weint.[301]

Stolt diskutiert das Einbringen biographischer Aspekte innerhalb der Kunst und bemerkt, dass gerade darin die Chance liegt, realen Gefühlen und ihrem Weg und Versuch der Darstellung zu folgen und somit auch viele Facetten der Liebe wahrzunehmen. Weiter können auch für falsch gehaltene gesellschaftliche Tabus durch das Aufzeigen der privaten Art zu leben und zu lieben aufgedeckt werden.[302]
Beides kann im Ansatz bei „All of Me" als zutreffend bezeichnet werden. Die Facetten der Liebe werden, wie schon ausgeführt, eindrücklich gezeigt. Zum zweiten Punkt ist nicht gerade von einem gesellschaftlichen Tabu zu sprechen, aber doch von einem unter dem Punkt der Gleichstellung sinnfreiem „Ideal" des Körpergrößenunterschiedes, wozu es folgend einen kleinen Exkurs geben soll.

Burkart stellt fest, dass sich auch in modernen Gesellschaften, in denen es keine verpflichtenden Regeln zur Partnersuche gibt, trotzdem Regelmäßigkeiten darin finden, wer mit wem zusammen ist und das der Grund dafür trotz theorethisch freier Wahl in kulturellen Wertmustern und normativen Regeln liegt. Zwar bemerkt er, dass diese immer flexibler werden, jedoch immer noch Geltung haben.[303] Eines der kritischen Beispiele, die er benennt, ist der Körpergrößenunterschied: „Aus der Tatsache, dass die Männer im Durchschnitt größer *sind* als die Frauen, wird eine kulturelle Regel, derzufolge der Mann in einer Paarbeziehung immer größer sein *sollte* als die Frau."[304] Er erklärt weiter, dass dies mit dem kulturell geprägten Eindruck einhergeht, dass Männer die Beschützer sein sollten, was dann zu einem scheinbar natürlichen Faktum gemacht wird.[305]

---

[301] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=271(Letzter Aufruf: 01.03.2021)
[302] vgl. Stolt, „Die Zurschaustellung der Liebe", S.362
[303] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.75f.
[304] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.96
[305] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.96

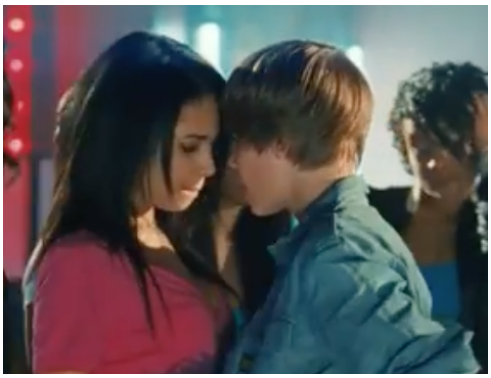
Dieses „Ideal" findet sich auch in 13 der 15 betrachteten Videos.

1

2

3

Einzige Ausnahme bilden „Just The Way You Are" (Bruno Mars) und „Baby" (Justin Bieber/Ludacris). Im ersten Fall weil die Protagonist*innen die ganze Zeit sitzen (dies könnte aber gezielt so umgesetzt worden sein, da der Sänger 1,65 Meter[306] groß ist). Im zweiten Fall sind tatsächlich beide gleich groß, was schlussendlich auch eine Erklärung für den oben genannten Umstand, dass die Protagonistin den Kopf ständig zu Boden richtet, sein könnte.


4

Bei „All of Me" ist die Frau dann im realen Hochzeitsvideo ein bisschen größer als der Mann, vermutlich durch die Schuhe. Hierdurch können die Zuschauer*innen (wenn es ihnen denn auffällt) einen „alternativen Entwurf" zum Verhältnis der weiblichen und männlichen Körpergröße sehen und eventuell vermittelt bekommen, dass es darauf nicht ankommt (denn die beiden haben schließlich vorerst zueinander gefunden).

Zuletzt soll zu John Legends Video noch eine Bemerkung Ivanyis/Reichertz' herangezogen werden, welche sich zu gleichen Teilen auf das reale Leben, als auch auf Reality-Fernsehshows, welche echte Paare zeigen, bezieht. Die Autor*innen stellen, wie Burkart[307] dar, dass Liebe Voraussetzung für eine Paarbeziehung ist und dass sie in diesem Zug aber auch sichtbar für den Anderen gemacht werden muss. Sie führen aus:

---

[306] Bruno Mars https://web.de/magazine/unterhaltung/thema/bruno-mars (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[307] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.29

„Bei dieser Darstellungsarbeit benutzen die jeweiligen Gefühlsdarsteller Zeichen, Requisiten und Kostüme, die in der jeweiligen Gesellschaft den Ausdruck genau dieses Gefühls „bedeuten". Indem Liebende also die kulturellen Praktiken der Liebesdarstellung aufgreifen und neu in Szene setzen, repräsentieren sie zugleich auch das, was für eine bestimmte Gesellschaft als „Liebe" und als Liebesausdruck gilt. Liebende zeigen also nicht nur einander an, welcher Art ihre „Liebe" ist, sondern zugleich auch immer der Gesellschaft oder anders: Indem sie die Liebe dem geliebten Anderen präsentieren, repräsentieren sie diese auch."[308]

Diese Beobachtung stimmt in allen Punkten mit „All of Me" überein bzw. stellt das Musikvideo ein sehr gutes Beispiel dafür dar.

Als zweites Video von Interesse zum Thema „Nähe" ist „Treat You Better" von Shawn Mendes zu nennen, da hier neutrale und negative Bewertungen der Nähe stattfinden. Es ist auch das einzige Video, das Nähe in den Unterkategorien 2 „Mann dominiert" und „männliche Gewalt" zeigt.
Das Musikvideo stellt ein Pärchen dar, wo der Mann (Protagonist 1) die Frau nicht respektvoll behandelt, eine Beispielszene dafür, in der erst neutral, dann negativ bewertete Nähe stattfindet, ist in Minute 01:00 - 01:19.[309] Der Sänger (Protagonist 2) singt dann im Video davon, dass er die Frau besser behandeln würde.
Unter diesem Gesichtspunkt ist interessant dass, obwohl Protagonist 1 deutlich gewalttätig ist (physisch in seinem Verhalten anderen gegenüber[310] und sowohl physisch[311] als auch psychisch[312] gegen seine Partnerin) und Protagonist 2 der Frau einen besseren Umgang verspricht, auch dieser eine Tendenz zur Gewalt zeigt. Bei ihm ist dies zwar in einem ganz anderen Rahmen als bei Protagonist 1, da sich die Gewalt gegen keine Person richtet (er schlägt mehrfach gegen eine Wand) und Ausdruck seiner Verzweiflung über die Gesamtsituation ist. Trotzdem kann der Eindruck entstehen, die Frau würde einen problematisch dominanten Mann lediglich gegen einen etwas weniger dominanten Mann tauschen, da auch im Liedtext ein teilweise fordernder Charakter herrscht:

[308] Ivanyi/Reichertz, „Einleitung: Liebe (wie) im Fernsehen", S.10
[309] https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=60 und https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=186 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[310] https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=15 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[311] https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=241 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
[312] https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=159 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)

„I know I can treat you better than he can

And any girl like you deserves a gentleman

Tell me why are we wasting time (Der Mann bestimmt, was verschwendete Zeit ist, doch vielleicht braucht die Frau erst diese negative Erfahrung, um später eine gesunde Beziehung schätzen zu können bzw. sich erst einmal auf dem Weg dorthin selbst zu hinterfragen, wie sie an den anderen geraten konnte und was sie in Zukunft ändern könnte.)

On all your wasted crying

When you should be with me instead (Wieder entscheidet der Mann, dass er „der Richtige" für sie ist.)

I know I can treat you better

Better than he can"[313] (Und dass nur auf Basis dessen, dass er die Frau besser behandeln würde. Dabei sollte der respektvolle Umgang miteinander eine Selbstverständlichkeit sein und die „Auswahlkriterien der Partnersuche" für eine Frau mehr sein, als nur „er behandelt mich nicht gut/er behandelt mich gut").

Immerhin ist aber die Gesamtbotschaft des Videos trotzdem eindeutig, und zwar dass der Umgang von Protagonist 1 mit seiner Partnerin falsch ist. Dies macht der Text (trotz der kritischen Anmerkungen) deutlich und auch die Inszenierung im Video, die immer wieder zeigt, wie Protagonist 2 mit der Protagonistin mitleidet, wenn sich ihr Partner übergriffig und gewalttätig verhält. Am Ende wird sogar die „National Domestic Violence Hotline" eingeblendet.[314] Damit sticht dieses Video als ein eher positives Beispiel heraus.

Ein völlig konträres Beispiel dazu ist das Video „Love The Way You Lie" von Rihanna/Eminem (2010). Sowohl mit Musikvideo als auch dem Text wird hier eine toxische Beziehung geradezu zelebriert und man könnte in dieser Hinsicht „Treat You Better" (2016) fast als Konter darauf verstehen: Nein, so soll es eben gerade nicht sein. Dies wird aber wahrscheinlich nicht wirklich der Fall sein, da sechs Jahre zwischen der Veröffentlichung der Videos liegen.

Bei „Love The Way You Lie" ist das Paar gegeneinander gleich gewalttätig, dabei spielen Eifersucht und möglicherweise Betrug eine Rolle. Beim Zusehen stellt sich zuerst vehement

[313] Treat You Better - Shawn Mendes https://genius.com/Shawn-mendes-treat-you-better-lyrics (Letzter Aufruf: 12.03.2021)

[314] https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=253 (Letzter Aufruf: 12.03.2021)

die Frage, warum die beiden nicht getrennte Wege gehen, da die dargestellte Gewalt mitunter schwer erträglich ist. Sie spuckt ihn an,[315] er schubst sie gegen eine Wand[316] usw.
In Minute 01:11[317] wandelt sich das Ganze jedoch in eine sexuelle Richtung und es entsteht der Eindruck, dass das Paar gerade durch die Gewalt angetörnt wird.
Diese Beobachtung stimmt auch mit dem Text überein, der allerdings noch verstörender ist als das Video:

„Just gonna stand there and watch me burn?
Well, that's alright because I like the way it hurts (Hinweis auf die Erwünschtheit von seelischem (und körperlichem?) Schmerz.)
Just gonna stand there and hear me cry?
Well, that's alright because I love the way you lie (Hinweis auf die Erwünschtheit von seelischem Schmerz.)
(...)
She fuckin' hates me, and I love it (Kann das eine Liebesbeziehung sein, wenn der eine den anderen hasst und dies dem angeblich auch noch gefällt?)
(...)
You swore you'd never hit 'em, never do nothin' to hurt 'em
Now you're in each other's face (Es findet Gewalt statt.)
Spewin' venom in your words when you spit 'em
You push, pull each other's hair, scratch, claw, bit 'em
Throw 'em down, pin 'em (Es findet Gewalt statt.)
(...)
If she ever tries to fuckin' leave again, I'ma tie her
To the bed and set this house on fire”[318] (Negativer Höhepunkt des Liedtextes: eine Morddrohung, wenn die Frau versucht den Mann zu verlassen.)

In diesen repräsentativen Ausschnitten (der erste Absatz ist der Refrain) finden sich also vier wieder fragwürdige bis sehr kritische Botschaften: 1. Seelischer Schmerz ist erwünscht. 2.

[315] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=45 (Letzter Aufruf: 07.04.2021)
[316] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=65 (Letzter Aufruf: 07.04.2021)
[317] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=71 (Letzter Aufruf: 07.04.2021)
[318] Love The Way You Lie - Eminem https://genius.com/Eminem-love-the-way-you-lie-lyrics (Letzter Aufruf: 16.02.2021)

Abneigung wird genossen. 3. Beziehungen sind (naturgemäß) gewalttätig. 4. Auf Trennungsabsichten kann mit Morddrohungen reagiert werden.

Thaller/Messing haben sich ausführlich mit Eminems/Rihannas Musikvideo und Liedtext zu "Love The Way You Lie" auseinandergesetzt und zwar im Zusammenhang mit der Frage, inwieweit beides falsche aber weit verbreitete Annahmen zur Gewalt in Partnerschaften reproduziert und unterstützt.[319] Die Autor*innen decken dabei Schritt für Schritt diese sogenannten Mythen zur Gewalt in Partnerschaften und ihre Bestätigung/Unterstützung durch Text und Video auf. Diese sind 1. Die meisten Frauen könnten eine sie gefährdende Beziehung beenden, wenn sie es wollten.[320] 2. Manchen Frauen, die misshandelt werden, wünschen sich dies insgeheim.[321] 3. Manche Frauen initiieren Gewalt in der Partnerschaft in dem sie ihre Männer schlecht behandeln oder als erstes gewalttätig werden.[322] 4. Gewalt in der Partnerschaft findet am häufigsten statt, wenn Männer getrunken haben oder die Kontrolle über sich verloren haben.[323] 5. Vieles was als partnerschaftliche Gewalt bezeichnet wird, ist eigentlich ein normaler Umgang in Beziehungskonflikten.[324] 6. Gewalt in der Partnerschaft findet nur in dysfunktionalen und Niedriglohn-Nachbarschaften statt.[325]
Sie kommen dabei zu dem Schluss, dass die verharmlosende und sexualisierte Darstellung von Gewalt in Partnerschaften im Video und Text zu "Love The Way You Lie" den Zuschauer*innen vermitteln könnte, dass so eine Beziehung tragbar und sogar erstrebenswert wäre. Darüber hinaus spiegeln sich im Video und Text die kulturelle Tendenz wieder, weibliche Opfer von Misshandlung selbst dafür verantwortlich zu machen.[326]
Da das Musikvideo diesen Text und damit auch die Botschaften großteilig repräsentiert, stellt es den zweiten Tiefpunkt innerhalb der hier analysierten Videos dar.

„Love The Way You Lie" bildet den Übergang zur Unterkategorie 1 „Streit", welche am dritthäufigsten vorkommt. Mit insgesamt 36% entfällt die Mehrheit der Sekunden auf weibliche Dominanz und weibliche Gewalt. Der Rest teilt sich fast zu gleichen Teilen auf die

[319] Jonel Thaller/Jill Theresa Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence in the Music Video and Lyrics for 'Love The Way You Lie'", Feminist Media Studies 14/4, 2014, S.623ff.
[320] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.627
[321] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.630
[322] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.631
[323] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.632
[324] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.632
[325] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.634
[326] Thaller/Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence", S.635

folgenden drei Situationen auf: Streit ohne Gewalt, Partnerin läuft während des Streits davon, männliche Gewalt.

In dieser Unterkategorie findet sich also schließlich auch einmal die Darstellung unangemessenen Umgangs von Frauen mit Männern, wobei trotzdem noch der Unterschied besteht, dass dieser im Rahmen von Auseinadersetzungen stattfindet und nicht wie bei den Männern im regulären, alltäglichen Umgang.

Streit findet in insgesamt vier Videos statt, wobei in drei davon die Gründe ersichtlich sind. In diesen geht es um Untreue, in einem noch zusätzlich um gefährliches Autofahren.

Hier sind neben „Love The Way You Lie" weitere, bereits besprochene Videos vertreten; „Treat You Better" - Shawn Mendes und „Blank Space" - Taylor Swift.

Das Video, welches noch hinzukommt, ist „Ay Vamos" von J. Balvin. Dieses Musikvideo hat einen Aspekt, der in keinem der anderen betrachteten Videos vorkommt: die Liebenden spielen sich gegenseitig Streiche. Dabei sind die Grenzen von heftigem Streit inklusive negativer Gefühle zum einseitigen Vergnügen der*s Streich spielenden Partnerin*s fließend. So beginnt das Video mit ernsthaft aussehenden Auseinandersetzungen, bis in Minute 00:49 der Protagonist aus einer Plastikflasche trinkt und die Protagonistin die Flasche gegen sein Gesicht stößt, sodass der Orangensaft daneben geht.[327] Bedenklich an der Szene ist, dass das Stoßen der Flasche gegen seinen Mund so aussieht, als könnte er sich sehr wahrscheinlich dabei verletzen. Das heißt, die Frau ist in diesem Moment als stark gewalttätig einzuschätzen, da sie jedoch gleich darauf in einem Lachanfall gezeigt wird, wird die Szene verharmlost. Dies gibt der Szene den Charakter, als wäre die Aktion grundsätzlich nicht so schlimm. Zu diesem Eindruck wird weiter beigetragen, indem die Szene der Beginn einer „Fehde" ist, die einen amüsanten Charakter haben soll. Bei nächster Gelegenheit schüttet der Mann ihr (vermutlich aus Rache) Babypuder in den Föhn,[328] sodass ihr beim Föhnen alles in Gesicht und Haar fliegt. Darauf ist er in der Position zu lachen und sie wiederum sehr wütend, wobei sie auch wieder geringfügig gewalttätig wird. Sie schubst ihn aufs Bett und schlägt ihn dann mit einem Kissen.

Zwischendrin wird eine Szene gezeigt, in der die beiden sich wieder gut verstehen,[329] und dann wieder eine, in der Distanz herrscht,[330] bis es schlussendlich zum großen

[327] https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=49 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)
[328] https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=80 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)
[329] https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=126 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)
[330] https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=142 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)

„Streich-Finale" kommt. Die Protagonistin schleicht sich in das Aufnahmestudio, wo ihr Partner gerade singt, und lässt ihn dann mit buntem Pulver beschießen.[331]
Abschließend vertragen sich die beiden jedoch in dieser Szene, als sie zu ihm in den Aufnahmeraum kommt.
Insgesamt wird hier also die Botschaft vermittelt, dass Uneinigkeiten mit Streichen aufgelockert oder sogar behoben werden können. Die Szene mit dem Orangensaft wird mit zwei harmloseren Streichen gleichgesetzt, was wegen dem potenziell körperlich verletzenden Charakter problematisch ist. Allerdings lässt sich einräumen, dass der Schweregrad der einzelnen Streiche vielleicht doch auch sehr unterschiedlich bewertet werden könnte. Möglicherweise ist für den einen das Zerstören der mühsam hergerichteten Haare der schlimmere Streich, als eine kleine Körperverletzung und für den nächsten der monetäre Schaden durch das Farbpulver im Tonstudio.

In der weiter folgenden Unterkategorie 1 „Ansehen" finden sich vier bereits besprochene Videos. Die meisten Szenen entfallen auf „Just The Way You Are" von Bruno Mars und „All of Me" von John Legend. Die 74 Sekunden (siehe Tabelle oben) teilen sich wie folgt auf: In 61% der Fälle schauen sich die Partner*innen gegenseitig an (45 sec), in 25 sec schauen die Männer einseitig die Frauen an und in nur 4 sec die Frauen einseitig die Männer. Da das Verhältnis hier durch das überwiegend gegenseite Ansehen relativ ausgeglichen ist, soll nur kurz auf die unterschiedlichen Zahlen bei Frau und Mann eingegangen werden. Diese ergeben sich aus vielen Szenen in „All of Me", wo die Protagonistin am Pool liegt und der Mann sie aus dem Haus heraus durch die Glasscheibe beobachtet.[332] Auch diese Szenen trugen zu der oben genannten Schwierigkeit, die Beziehung einzuordnen, bei da sie etwas seltsam anmuten. Der Mann betrachtet die Frau wie ein Gemälde, die Distanz wird durch die Glasscheibe verstärkt und auch dadurch, dass die Frau keinen Kontakt zu ihm aufnimmt, beispielsweise durch ein Lächeln, Winken o.Ä. Gleichzeitig räkelt sie sich und fährt sich durch die Haare, reagiert also irgendwie auf seine Beobachtung (oder die Beobachtung der Kamera), allerdings auf eine artifizielle Art.[333] Die Frau bekommt daher in diesen Szenen einen objektifizierten Charakter.

[331] https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=160 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)
[332] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=1 (Letzter Aufruf: 22.04.2021)
[333] https://youtu.be/450p7goxZqg?t=103 (Letzter Aufruf: 22.04.2021)

Bei der nächsten Unterkategorie 1 „Außergewöhnliche Situation" sind ebenfalls die schon betrachteten Videos vertreten „What Do You Mean" - Justin Bieber (Entführungssituation[334]) und „Love The Way You Lie" - Rihanna/Eminem (Diebstahl[335]/Niederschlagen eines Fremden[336]).

In dieser Unterkategorie 1 findet sich jedoch noch ein drittes Video, das eine herausstechende Art der Paarbeziehung zeigt, und zwar ein „Verbrecherpärchen": „Mayores" von Becky G/Bad Bunny. Im Musikvideo arbeitet das Paar (Protagonistin und Protagonist 1) in einer Bar, in die an diesem Abend ein „wohlhabender Mann" (Protagonist 2) kommt. Protagonist 1 bemerkt ihn und macht seine Freundin auf diesen aufmerksam.[337] Die Protagonistin nimmt daraufhin Kontakt zu Protagonist 2 auf und weckt sofort sein Interesse. Die beiden kommen sich näher und er nimmt sie mit zu sich nach Hause. Dort schafft sie es im Zuge ihrer Verführungskünste ihn an sein Bett zu fesseln. Sobald dies gelungen ist, verschwindet sie mit allerlei Wertsachen und verlässt das Haus, wo ihr Freund schon draußen auf sie wartet.

Oberflächlich betrachtet, mag das Video einen unterhaltsamen Überraschungseffekt haben, da den Zuschauer*innen zu Beginn des Videos nicht vermittelt wird, dass die beiden Barmitarbeiter*innen (-besitzer*innen?) ein Paar sind. So entsteht eine Geschichte vom „reichen Schnösel", der glaubt, aufgrund seines materiellen Reichtums alles haben zu können, und dann doch von dem Pärchen, das sich „wirklich liebt" reingelegt und ausgeraubt wird.

Betrachtet man die Darstellung jedoch differenzierter und tiefgehend, zeigt sich auch in diesem Video ein hoch problematisches Narrativ. Da die Unterhaltung zwischen dem Paar an der Bar sehr kurz ist, könnte man davon ausgehen, dass sie solche Aktionen öfters oder zumindest schon einmal durchgeführt haben, da die Zeit nicht reichen würde, um so einen ausgeklügelten Plan zu besprechen. Trotz dieser Annahme des bestehenden Konsens, wirkt der Partner bei der Aktion federführend, da er seine Partnerin auf den „wohlhabenden Mann" aufmerksam macht und so das Ganze anstößt. Die Frau ihrerseits nimmt für den Raub eventuelle Unannehmlichkeiten und alle Risiken auf sich. Ob es ihr gefällt mit einem fremden Mann zu flirten und ihm dabei näher zu kommen, sei dahingestellt. Jedoch spätestens beim Einstieg in sein Auto und der Ankunft bei ihm zu Hause riskiert sie ihre

[334] https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=122 (Letzter Aufruf: 09.04.2021)
[335] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=119 (Letzter Aufruf: 09.04.2021)
[336] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=150 (Letzter Aufruf: 09.04.2021)
[337] https://youtu.be/GMFewiplIbw?t=25 (Letzter Aufruf: 09.04.2021)

physische und psychische Unversehrtheit. Ihr Freund ist natürlich zum Vollenden des Plans mit dem Auto hinter ihnen, spielt man die Geschichte jedoch realistisch im Kopf durch, könnten sich eine Vielzahl an unkalkulierbaren Problemen ergeben: 1. Der Partner verliert das Auto von Protagonist 2 bei der Verfolgung. 2. Das Grundstück ist bewacht und der Partner kann Protagonist 2 nicht weiter folgen. 3. Das Haus ist bewacht und die Frau kann nicht fliehen. 4. Der „wohlhabende Mann" ist vorsichtig oder nicht daran interessiert, sich von einer Fremden gleich ans Bett fesseln zu lassen.
In all diesen Fällen hätte die Frau, sofern sie nicht bereit ist, wie angedeutet, die Nacht mit Protagonist 2 zu verbringen, ein Problem und wäre im schlimmsten Fall sogar in großer Gefahr.
Damit herrscht zwischen den Partner*innen keine Gleichstellung, da die Frau alle (und zwar erhebliche) Risiken auf sich nimmt und der Mann ohne selbes Risiko zu gleichen Teilen (angenommenerweise) an dem Raub profitiert. Natürlich muss davon ausgegangen werden, dass der Partner mit an einem körperlichen und/oder seelischen Schaden seiner Geliebten leiden würde, aber wohl bei weitem nicht in dem Ausmaß wie sie selbst. Von Liebesbeziehung im Kontext dieses Musikvideos zu sprechen, mutet daher eher befremdlich an, denn auch hier kann Buers schon oben zu „What Do You Mean" genannte Erklärung herangezogen werden, dass echte Liebende wollen, dass es ihrer*em Partner*in gut geht.[338]

Die letzten zwei der am häufigsten vorkommenden Unterkategorien 1 „Liebesbekundung" und „Sexualität" sollen nur noch in ihren quantitativen Ergebnissen dargestellt werden, da hierzu bereits alle Videos betrachtet wurden.
„Liebesbekundung" teilt sich in die Unterkategorien 2 „Frau an Mann" und „Mann an Frau" auf, wobei auf zweites 92% der Sekunden entfallen, die fast alle im Video „Just The way You Are" - Bruno Mars bei positiver Bewertung stattfinden. Fünf Sekunden „Liebesbekundung Frau an Mann" finden bei „Blank Space" - Taylor Swift statt, dies bei neutraler Bewertung.
„Sexualität" gibt es nur in der Unterkategorie 2 „leidenschaftlich" und findet in den zwei Videos „What Do You Mean" - Justin Bieber und „Love The Way You Lie" - Eminem/Rihanna statt. Burkart bemerkt, dass „das Konzept des Paares ohne Sexualität nicht

[338] Buer, „Geschlechtergerechtigkeit in Liebesbeziehungen", S.137

vollständig"[339] ist, da die Paarbildung selbst sich aus dieser heraus entwickelt.[340] Im Gesamtsample macht die Darstellung von Sexualität trotzdem nur 4% aus.
Buer erklärt weiter zum Thema:

„Korrekte Sexualität ist ausgehandelte Sexualität. Damit erhöhen sich die Freiheitsgrade des Möglichen. Doch es besteht auch eine Gefahr der Rationalisierung, denn der Diskurs der Verhandlungsmoral geht von der Voraussetzung aus, Sexualität lasse sich rationalisieren und damit auch kontrollieren. Dagegen steht die Auffassung, dass Sexualität auch von Leidenschaft und Unberechenbarkeit, vom Spiel mit den dunklen Seiten, lebt."[341]

Beide Aspekte finden sich in den zwei betreffenden Videos; es besteht kein Zweifel über den Konsens der Verbindung, allerdings ist beiden Geschichten gemein, dass die Partner*innen in Konflikt miteinander stehen. Damit kommt der Punkt der Leidenschaft und Unberechenbarkeit (mit einer gewissen Unlogik für Außenstehende) zum Tragen.

Das von Zuschlag genannte, häufige Vorkommen des Aktes im Zusammenhang mit Liebe in der Kunst,[342] findet sich in den Musikvideos kaum (was vermutlich auf den Wunsch nach Massentauglichkeit in Bezug auf das Alter der Zuschauer*innen zurückzuführen ist). Einzig in „All of Me"- John Legend ist das Paar nackt unter der Dusche zu sehen.
Betreff der Kritik sexualisierter Darstellungen in Musikvideos[343] und auch in Bezug auf These 4 „Die Körper der Protagonistinnen werden häufiger sexualisiert, als die der Protagonisten." lässt sich im Rahmen der vorliegenden Arbeit keine Aussage treffen.
Nach dem vorliegenden Codebuch entfallen nur wenige Sekunden auf Darstellungen, die sexuelle Handlungen andeuten. Wie jedoch durch Hurley deutlich gemacht, beinhalten sexualisierte Darstellungen weitaus mehr Kriterien.[344] Und wie im Laufe der Arbeit deutlich wurde, hätte man zur Beantwortung von T4 eine eigenes Codebuch erstellen müssen, was sich nur auf diese Aspekte konzentriert. Unabhängig von Gesamtsekundenanzahl (die aber nötig für die beantwortung von T4 wären) lässt sich nur folgendes festhalten: In vier von

[339] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.36
[340] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.26
[341] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.257
[342] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", S.328
[343] vgl. Hurley, *Music video and the construction of gendered subjectivity,* S.330
[344] Hurley, *Music video and the construction of gendered subjectivity,* S.330.

fünfzehn Videos sieht man Frauen entweder nackt, in Unterwäsche, Badeanzügen oder knapper Kleidung, bei Männern in drei Videos nackt, in Unterwäsche oder Oberkörperfrei.

Vierzehn der fünfzehn Musikvideos wurden bereits in der bisher dargestellten Analyse berücksichtigt, das verbliebene soll nun abschließend betrachtet werden: „Rude" von MAGIC!.

In diesem Musikvideo bittet der Protagonist den Vater seiner Partnerin mehrfach um Zustimmung zu ihrer beider Hochzeit.[345] Dieser ist dagegen, doch die beiden heiraten am Ende trotzdem gegen seinen Willen.

Peuckert erwähnt den aus der Sozialpsychologie stammenden Romeo-und-Julia-Effekt, welcher den Umstand beschreibt, dass es ein Paar enger zusammenschweißt, wenn „sozialer Druck – insbesondere missbilligende Eingriffe seitens der Eltern"[346] stattfinden. Daran erinnert die Geschichte im Video zu „Rude", wenngleich die Mutter nicht ablehnend zu sein scheint, sondern sogar positiv wirkt.[347] Da jedoch alle Augen (des Hochzeitspaares und der drei Hochzeitsgäste) ausschließlich auf den Vater gerichtet sind,[348] steht er für die Entscheidungsgewalt.

Peuckert führt zum Thema einige Studien zusammenfassend aus, dass der Romeo-und-Julia-Effekt nicht zutrifft, wenn das gesamte soziale Netzwerk gegen die Beziehung ist, (also sowohl Familie als auch Freund*innen), da dies sich negativ auf die Beziehungsqualität auswirkt.[349] Im vorliegenden Video ist es allerdings so, dass die Freund*innen die Beziehung unterstützen, womit Peuckerts abschließendes Fazit zum Tragen kommt: „Stellen allein die Eltern die Beziehung infrage, während die Freunde sie stärken, kann die Unterstützung der Freunde den negativen Einfluss der Eltern unter Umständen kompensieren oder sogar überkompensieren. Die Beziehung nimmt in diesem Fall keinen Schaden."[350]

Die betreffende Darstellung in „Rude" ist damit also im Vergleich zu Peuckerts Ausführungen realistisch.

---

[345] Rude - MAGIC! https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=27 (Letzter Aufruf: 09.04.2021)
[346] Rüdiger Peuckert, *Das Leben der Geschlechter: Mythen und Fakten zu Ehe, Partnerschaft und Familie*, Frankfurt am Main: Campus-Verlag, 2015, S.59
[347] https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=165 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)
[348] https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=169 (Letzter Aufruf: 17.02.2021)
[349] Peuckert, *Das Leben der Geschlechter*, S.60
[350] Peuckert, *Das Leben der Geschlechter*, S.61

Aus feministischer Sicht ist zu beanstanden, dass hier nur der Vater nach seiner Zustimmung gefragt wird und er dann bis zuletzt trotz augenscheinlicher Zustimmung der Mutter der alleinige Entscheider bleibt. Zudem erhebt sich die Mutter nicht über den Vater, weder die Entscheidung betreffend, noch auf eine selbstbestimmte Weise, indem sie der Hochzeit dann wenigstens beiwohnt. Zumindest aber zeigt sich Emanzipation und Gleichstellung in Bezug auf die Tochter, die trotz dessen selbst entscheidet und ihren Geliebten heiratet.

In Anlehnung an die mythische Geschichte, in der Pygmalion eine Statue erschafft, in die er sich verliebt, welche auch in der Kunst verewigt ist,[351] entsteht die Frage, ob in Musikvideos auch nur Traumbilder und Wunschvorstellungen umgesetzt werden. Laut Zuschlag ist es durch die Art der Repräsentation von Liebe in der jeweilig aktuellen Kunst möglich herauszulesen, welcher Umgang und welche Bedeutung, Vorstellung in der jeweiligen Gesellschaft vorherrscht inklusive auch Geschlechterrollen.[352] Trotzdem macht er deutlich, dass die Kunstwerke kulturell, gesellschaftlich-sozial und diskursiv kodiert sind, weshalb sie nie die tatsächlich erlebte und gelebte Liebe fotografisch abbilden und viel mehr Bildtraditionen aufgreifen, gängige Liebeskonzeptionen repräsentieren und bestimmte Idealvorstellungen inszenieren.[353] In Bezug auf Musikvideos wird dies auch vermutlich noch durch den begrenzten Zeitrahmen unterstützt. These 1 „Aufgrund des zeitlich kurzen Formats werden in Musikvideos nur Momentaufnahmen von Liebesbeziehungen inszeniert.“ bestätigt sich in der Hinsicht, dass das Video entweder im Ganzen einen sehr kurze Ausschnitt der Beziehung zeigt, zB. einen Abend in u.a. „Baby”, „Chantaje”, „Mayores”, „What Do You Mean”. Oder mehrere Erlebnisse, Entwicklungen in das Musikvideo-Format komprimiert, wobei die Momente dann dementsprechend noch weiter verkürzt sind, u.a. bei „Shape of You”, „Treat You Better”, „Blank Space”, „All of Me”.
Stolt wirft die Frage auf, warum Künstler*innen immer wieder neue Bilder für die Liebe suchen, also erschaffen wollen.[354] Dabei geht sie vor allem auch auf den zu beachtenden Umstand ein, dass Liebe in ihrer Komplexität nicht in Bildern dargestellt werden kann, sondern diese gleich welcher Kunstart nur Momentaufnahmen oder symbolische

[351] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst”, S.319
[352] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst”, S.338
[353] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst”, S.338
[354] vgl. Stolt, „Die Zurschaustellung der Liebe”, S.343

Repräsentationen sein können.[355] Diese Erkenntnis würde zur genannten Beobachtung der mangelhaften Authentizität passen und auch eine Erklärung für die Unmöglichkeit einer realistischen Umsetzung bieten. Zur Veranschaulichung dessen können die oben genannten Minnesänger herangezogen werden.[356] Hier findet sich ein direkter Bezug zu den untersuchten Musikvideos und das auf zweierlei Ebenen. Zum einen findet in vier Videos auf narrativer Ebene statt, dass Männer für Frauen Musik machen und auch singen (umgekehrt nicht einmal), womit dies ein Beispiel für sowohl Fassade als auch das Aufgreifen von Liebeskonzeptionen sein könnte.

Zum anderen gibt es mindestens zwei (nachweislich)[357] autobiographische, von Männern an ihre Frauen geschriebene Lieder, in denen es zwar nicht mehr um die Eroberung geht, sondern um Liebeserklärungen an die bestehende Beziehung. Diese können aber natürlich auch im weitesten Sinne als Festigung der „Eroberung" gewertet werden. Bei den Liedern handelt es sich wieder um eben genanntes „Perfect" - Ed Sheeran und „All of Me" - John Legend, womit diese in ihrer Authentizität als Gegenbeispiele zur Fassade fungieren.

Aufgrund der Schwierigkeit einer realistischen Darstellung in Musikvideos lässt sich auch der Vergleich mit den von Burkart genannten Aspekten der Liebesbeziehung nur sehr eingeschränkt vergleichen:

1. Eine Paarbeziehung ist keine auf Kompromissen basierende Zusammenlegung zweier Individuen, sondern es entsteht ein neues soziales Gebilde mit ebenso neuer eigener Dynamik[358] → Hierzu lassen sich nur die zwei Videos heranziehen, die ein Paar als solches zeigen, aber ebenso die beiden Individuen in der Phase des Zusammenfindens: „Shape of You" - Ed Sheeran und „Love The Way You Lie" - Rihanna/Eminem. Im ersten Video trainieren die beiden erst alleine und dann als Paar zusammen. Außer dass sie sich dabei nahe sind, ist keine Entwicklung zu sehen. Im zweiten Video zeigen beide Partner*innen im Ansatz schon Charaktereigenschaften, die dann in der Partner*innenschaft zumindest zu einer Art neuen Dynamik werden, aber trotzdem die bereits gezeigten Eigenschaften auf eine Weise addiert werden: Frau

[355] vgl. Stolt, „Die Zurschaustellung der Liebe", S.344
[356] vgl. Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", S.325
[357] Perfect - Ed Sheeran https://genius.com/Ed-sheeran-perfect-lyrics (Letzter Aufruf: 28.04.2021) & All of Me - John Legend https://genius.com/John-legend-all-of-me-lyrics
[358] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.12 & S.85

= selbstbewusst und sexuell, Mann = kriminell und gewalttätig (gegen Fremde), Paar = Gewalttätigkeit und Sexualität wechseln sich ab.

2. Schon bei der Partner*innensuche spielt der Aspekt der Augenhöhe insofern eine Rolle, als je nachdem „was man zu bieten hat" auch die Ansprüche gestellt werden.[359] Hier kann der Vergleich nur nach äußeren Merkmalen stattfinden wie Attraktivität, Kleidung und Einkommen, deshalb soll nur ganz kurz darauf eingegangen werden.

   Bei aller versuchter Objektivität kann eine subjektive bzw. gesellschaftsgeprägte Meinung in der Bewertung der Attraktivität nicht ausgeschlossen werden, daher fällt diese Einordnung weg.

   In Bezug auf Kleidung sind die Partner*innen in dreizehn Videos gleich edel, sportlich, lässig usw. angezogen, lediglich bei „Chantaje" - Shakira/Maluma und „Mayores" - Becky G/Bad Bunny sind die Frauen sexualisiert, raffiniert und schick angezogen, die Männer hingegen eher unauffällig, lässig und bequem. Das Thema Einkommen folgt im dritten Punkt.

3. „Sexuelle Erfüllung ist heute wichtiger für eine zufriedenstellende Beziehung als andere Aspekte wie Versorgung oder gemeinsame Interessen."[360] Die Übereinstimmung dessen ließe sich nur teilweise in die Darstellungen der Musikvideos hineininterpretieren. Es gibt kein Video, das die Versorgung de*s einen Partnerin*s durch die/den anderen andeutet, die ähnliche Kleidung ließe ebenfalls auf ähnliche Einkommensverhältnisse und/oder auch gemeinsame Interessen schließen. Gemeinsame Interessen finden sich darüber hinaus noch auf andere Weise: bei „Ay Vamos" (sie spielen sich gerne Streiche), „Blank Space" (sie legen Wert auf Materielles), „Shape of You" (betreiben denselben Sport) und „Mayores" (finanzieren ihr Leben mit Diebstählen).

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass zwei der drei genannten Punkte im Ansatz in den Videos repräsentiert werden und zwar zumindest eher so wie von Burkart geschildert als gegenteilig. Bezieht man vor allem zu dem Aspekt der Augenhöhe die bei dem 3. Punkt genannten Erkenntnisse zu den gemeinsamen Interessen mit ein, wird dieser zum Thema sehr präsente Punkt noch einmal unterstrichen und durch die Videos ebenfalls bestätigt.

[359] vgl. Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.82
[360] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.251

Eine weitere Übereinstimmung zwischen Literatur zum Thema Liebesbeziehungen und den Darstellungen in den Musikvideos liegt beim Thema Treue. Übereinstimmend mit dem geringen Prozentsatz von offenen Beziehungen[361] kommen diese auch nicht in den Videos vor. Dem gegenüberstehend wird Treue sehr hoch bewertet,[362] was sich auch in den Videos widerspiegelt. So gibt es nur zwei Videos, in denen ein Ansatz von Untreue angedeutet wird und diese zieht harte Konsequenzen nach sich: In „Blank Space" beschäftigt sich der Partner mit dem Handy, worauf die Partnerin empört reagiert und es kurz darauf auch zur heftigen Trennung kommt. Bei „Love The Way You Lie" sieht die Partnerin, dass der Partner eine fremde Telefonnummer auf dem Arm stehen hat, worauf ein gewalttätiger Streit ausbricht.
Er wiederum sieht sie mit einem anderen Mann sprechen, woraufhin er den Mann niederschlägt.[363]

In Bezug auf die in der Einleitung von Burkart genannte Frage der Fassade oder Authentizität[364] kann geschlossen werden, dass sich die betrachteten Musikvideos überwiegend durch Fassade, im Sinne von überdramatisierten, überromantisierten usw. Darstellungen auszeichnen. Zwei Videos haben autobiographische Bezüge („All of Me"- John Legend und „Perfect" - Ed Sheeran), die anderen repräsentieren jedoch eher sehr unwahrscheinliche Szenarien, die hier noch einmal zusammenfassend genannt werden sollen:

1. Ein sehr reicher Mann lässt sich viel zu leicht ausrauben.
2. Eine Frau tanzt in Gedanken auf der Straße, ein potenzieller Verehrer fällt darauf mit dem Fahrrad hin.
3. In einem Supermarkt öffnet die Frau einen Geheimgang zu einem Club.
4. Eine vom Mann organisierte Entführung rettet eine wackelige Beziehung.

Auf dieser Basis lässt sich These 3 „Liebesbeziehungen werden in Musikvideos unrealistisch und überdramatisiert dargestellt." bestätigen.

An dieser Stelle endet die Rekapitulation im Zusammenhang mit fachfremden, sich aber zum Thema des Musikvideos sowie dem der Liebesbeziehung mit der Medien- und Filmwissenschaft überschneidenden Richtungen der Soziologie und Kulturwissenschaft.

---

[361] ebd.
[362] Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung?", S.18
[363] https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=150 (Letzter Aufruf: 03.05.2021)
[364] Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung*, S.14

Es war in der vorliegenden Arbeit ausdrücklich die Intention nicht allein auf medienwissenschaftlichen Annahmen aufzubauen und diese fachintern weiterzuführen. Gerade durch die radikale Gegenüberstellung zu fachfremder Literatur sollen Medienschaffende und -konsumierende auf die folgende Frage hin sensibilisiert werden: Befinden wir uns in einer „Maschinerie“, die ohne Regulierung und Grenzen hinnimmt, dass Medien und Realität sich zwar wechselseitig konstruieren, dabei allerdings immer das Ungleichgewicht zwischen einem medial grenzenlosen Fantasiespielraum und der Unmöglichkeit diese erschaffenen Träume jemals in der Realität zu erleben bzw. zu erreichen, bleibt?

6. Resümee

Die Forschungsfrage „Wie werden Liebesbeziehungen in den meistgestreamten Musikvideos auf YouTube dargestellt?" lässt sich anhand der 15 von mir untersuchten Musikvideos wie folgt beantworten: Die dargestellten Beziehungen sind ausschließlich heterosexuell und monogam, die Paare werden in vielfältigen Situationen gezeigt, bei denen überwiegend der Mann dominiert, also proaktiv ist und die Situation selbst sowie auch oftmals über Nähe und Distanz bestimmt. Dies bei überwiegend positiver Bewertung durch die Frau.
Es wird darüber hinaus viel positiv gewertete Nähe z.B. durch Kuscheln u.ä. gezeigt, wobei Küsse eher selten vorkommen und fast ausschließlich verdunkelt, aus der Ferne oder kurz vor einem Schnitt gezeigt werden. Weiter streiten die Paare häufig, wobei die Frauen hierbei dominanter und physisch gewalttätiger sind. Trotzdem darf diese Schlussfolgerung nicht so missverstanden werden, dass die Frauen im Sample insgesamt gewalttätiger wären. Viel mehr ist der Unterschied, dass die Gewalt der Männer überwiegend auf psychischer Ebene stattfindet und in codierte Gesamtsekundenzahl die Darstellung physisch gewalttätiger Frauen weit übersteigt.
Grundsätzlich werden Streitsituationen meistens auf unvernünftige Weise vermittelt, eben dadurch dass häufig Gewalt im Spiel ist und zum anderen, weil die Frauen ohne abschließende Klärung (also während der andere noch redet) davon gehen.

Weiter sehen sich die Paare häufig gegenseitig an (im positiven Sinn), befinden sich in außergewöhnlichen Situationen (Entführung, Diebstahl, Gewalt gegen Fremde) und zeigen sich gegenseitig ihre Zuneigung.
Am seltensten kommt es vor, dass sie zusammenhangslos physisch gewalttätig sind (also ohne einen Streit o.ä.), einander trösten, zusammen essen oder sich einen Heiratsantrag machen.

Bei neun von fünfzehn Musikvideos sind in Bezug auf Geschlechtergerechtigkeit problematische Botschaften enthalten und das mehrheitlich zu ungunsten der Frauen.
Funk-Hennings Frage, „Welche herrschenden und alternativen Bedeutungen von Gender sind in den Musikvideos enthalten und welche Diskurse unterstützen sie?",[365] kann nur so beantwortet werden, dass immer noch eine altmodische Rollenaufteilung mit einer

[365] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag", S.57

unterschiedlichen Bewertung männlicher und weiblicher Handlungen vor allem in Zusammenhang mit Unvernunft vorherrscht. Verhalten sich Frauen unvernünftig (zerschlagen ein Auto), wird dies negativ gewertet, sind Männer unvernünftig (indem sie aufdringlich im Sinne von bedrängend sind), wird dies positiv gewertet. Alternative Rollenverteilungen sind kaum vertreten und die oben genannten Bilder des unwiderstehlichen Mannes und der hysterischen Frau (Unterkapitel „Musikvideos und Gender") werden weiter festgetreten. Der von Bechdolf genannte „Fantasie-Spielraum für potenzielle Geschlechtsidentitäten"[366] findet sich im vorliegenden Sample also kaum.

Weiter zieht sich die von Hurley sowie Lindsay/Lyons beobachtete ungleichmäßige Verteilung von Macht zwischen Mann und Frau[367] auch durch die aktuellen Videos. In Bezug auf die Zeitspanne, in der die betrachteten Videos liegen (2010-2017), lässt sich ebenfalls in keinster Weise eine positive Veränderung von den Älteren zu den Neueren hin beobachten.

Es überwiegt also eine einseitige Darstellung von Gender, was einzig die Diskussion darüber anregt, warum dem so ist. These 2 „Der Umgang zwischen den Partner*innen findet überwiegend nicht auf Augenhöhe statt." lässt sich damit bestätigen.

Eine Weiterentwicklung und Verbesserung der Videobotschaften auf Basis von z.B. Feminismus wäre wünschenswert. Dies soll nicht bedeuten, dass Musikvideos, die ihnen so eigene Möglichkeit der Provokation, Übertreibung, Träumerei usw. aufgeben müssen und zu Realitätsabbildungen oder gar „Lehrvideos zum gesunden Miteinander" mutieren sollen. Es wäre jedoch angebracht, dass alle am Video beteiligten Künstler*innen sich ihren Einfluss und damit auch ihre Verantwortung bewusst machen und die Darstellungen zumindest ausgeglichen und divers in den Geschlechterdarstellungen wären. Es kann schließlich keine Option sein, weiter überwiegend auf Kosten der Frauen mithilfe normierter Darstellungen von Sexualität auf Gewinnmaximierung zu setzen oder für künstlerische Freiheit zu argumentieren und damit jahrhundertelange Missstände in der Geschlechtergerechtigkeit zu reproduzieren.

In seiner Argumentation, dass Musikvideos als Kunst zu verstehen sind, weist Rehbach den Vorwurf, dass Musikvideos als für Konsument*innen und Gesellschaft schädlich auswirkendes Werbemittel zu verstehen sind, zurück.[368] Dies mag in der Hinsicht zutreffend

[366] Bechdolf, „Verhandlungssache Geschlecht", S.427
[367] vgl. Hurley, „Music video and the construction of gendered subjectivity", S.330
[368] vgl. Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.61

sein, dass das Musikvideo kein zum unreflektierten Kauf „zwingendes“ Werbemittel ist. Doch unabhängig von der Diskussion um wirtschaftliche oder künstlerische Intentionen muss die Frage gestellt werden, ob und wie weit, und auch wie oft, Gestaltungsfreiheit feministische, rassistische usw. Grenzen überschreiten darf/kann/muss.

In dieser Hinsicht ist es im vorliegenden Sample auffällig, dass drei der fünf (weiblichen) Künstlerinnen an den oben kritisierten Videos beteiligt sind. (Rein von der Botschaft des Musikvideos her sogar vier, wenn wir genannten Umstand berücksichtigen, dass nicht jeder das Hintergrundwissen zu Taylor Swifts „Blank Space” haben wird.)

Zwar sind in den betreffenden Videos die Regisseure Männer, allerdings gehören alle drei Künstlerinnen zu den meistgestreamten Musikerinnen,[369] womit sie als etabliert gelten und man eine gewisse künstlerische Selbstbestimmtheit unterstellen könnte, auch trotz etwaigen Produktcharakters ihrer Musik und der Musikvideos. Eine der drei Frauen hat ihren Liedtext selbst geschrieben,[370] sodass Funk-Hennings genannte Beobachtung des Aufbaus neuer Rollenmuster durch das selbst Schreiben der Texte[371] im vorliegenden Sample in gewisser Weise zutrifft. Bei den drei problematischen Videos ist nur ein Text von der Künstlerin selbst geschrieben und das eine Video in dem die geschlechtsspezifische Darstellung nicht ganz so problematisch wie bei den anderen Videos ist, wurde ebenfalls von der Künstlerin selbst geschrieben[372]: „Havana” von Camila Cabello. (Man bemerke die Formulierung „nicht ganz so problematisch”, es gibt also kein Video einer weiblichen Künstlerin im Sample wo die Darstellung simpel „nicht problematisch” im Sinne der Gleichstellung ist.)

In diesem Zusammenhang ist „Mayores” von Becky G/Bad Bunny ein besonders bedrückendes Beispiel und im ersten Moment ist es schwer nachvollziehbar, wie solch ein Video mit dem Einverständnis einer Sängerin entstehen kann. Beachtet man jedoch, dass es eines der meistgesehenen Musikvideos auf YouTube ist und weder in der Liste der „most disliked music videos” wie Justin Biebers/Ludacris’ „Baby” auftaucht, noch andere kritische Stimmen zu dem Video gefunden werden konnten, muss davon ausgegangen werden, dass in der Gesellschaft überwiegend keine Sensibilität für die Problematik der Darstellung herrscht.

---

[369] Top 50 Female Artists On Spotify https://www.hypebot.com/hypebot/2020/12/top-50-female-artists-on-spotify.html (Letzter Aufruf: 18.03.2021)

[370] CD-Heft vom Album „El Dorado“ - Shakira & Mayores - Becky G/Bad Bunny https://genius.com/Becky-g-and-bad-bunny-mayores-lyrics (Letzter Aufruf: 06.05.2021) & Love The Way You Lie - Eminem/Rihanna https://genius.com/Eminem-love-the-way-you-lie-lyrics (Letzter Aufruf: 06.05.2021)

[371] Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag”, S.65

[372] CD-Heft vom Album „Camila“ - Camila Cabello

Im 2. Kapitel wurde von der Macht der Zuschauer*innen gesprochen, Inhalte von (zukünftigen) Musikvideos mitzubestimmen.

In einem hypothetisch günstigen Verlauf könnte man annehmen, dass ein Video, welches einen unangemessenen Umgang mit Menschen (gleich welchen Geschlechts usw.) innerhalb einer Beziehung zeigt, von allen als solch eines erkannt wird. Daraufhin würde das Video 1. nicht mehrmals konsumiert werden 2. an niemanden weiterempfohlen (geteilt) werden 3. in keiner Kaufaktion der Single/des Albums münden. Die Macher*innen des Videos erhielten damit automatisch die Botschaft, dass an ihrer Produktion etwas Verwerfliches ist und würden ihre Gestaltung beim nächsten Video gezwungenermaßen ändern.

Anhand des Beispiels von „Baby" - Justin Bieber/Ludacris wird aber deutlich, dass auch Videos, die aus kritischer Sicht verwerfliche Botschaften haben, ihre Verbreitung finden und das möglicherweise gerade weil sie fragwürdige Botschaften enthalten. Die eventuelle Ungläubigkeit über das Dargestellte und/oder das Verlachen dessen kann also genauso zur Weiterempfehlung (teilen) führen wie positiv wahrgenommene Videos (vielleicht sogar noch mehr) und bringt in diesem Fall auch noch Geld durch YouTube ein.[373]

Dieser Umstand gibt Grund zur Sorge, dass das Herstellen von Musikvideos deutlich zu wenig darauf bedacht ist, auch positive Vorbilder zu schaffen, sondern nur darauf, mithilfe von Klischees und Provokationen für Aufrufe zu sorgen. Und solange dies funktioniert, wird eine natürliche Wandlung wohl eher langsam voranschreiten, weshalb kritische Auseinandersetzungen wie die Vorliegende eventuell eine Chance bieten, den Prozess zu beschleunigen.

Warum diese Vermittlung von Gleichstellung und Geschlechtergerechtigkeit in Musikvideos jedoch so wichtig ist, zeigt sich in der oben ausgeführten Bedeutung dieser für Jugendliche und junge Menschen und erschließt sich natürlich auch gesamtgesellschaftlich. Es lässt sich annehmen, dass es wesentlich ist, mit gesellschaftlichen Veränderungen möglichst in verschiedenen Bereichen des Lebens anzusetzen. Wenn also in Teilen der Unterhaltungsmedien, die nachweislich das Handeln und die Einstellungen der Zuschauer*innen mit beeinflussen (siehe Kapitel „2.2 Wirkung von Musik und Musikvideos") keine Geschlechtergerechtigkeit vermittelt wird, wird dies auch sehr

[373] So kannst du auf YouTube Geld verdienen https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=de (Letzter Aufruf: 16.04.2021)

wahrscheinlich die Akzeptanz oder sogar das aktive Befürworten von Bestrebungen wie der Frauenquote, gendergerechte Sprache usw. verlangsamen.

Die Inszenierungen von Liebesbeziehungen in den hier untersuchten Musikvideos stimmen zum Teil mit Dues Beobachtungen zur Inszenierung von Liebe im Film überein.
Die Liebe als überwältigender und unumkehrbarer Zustand[374] findet sich so gut wie kaum und ließe sich höchstens bei "Havana" - Camila Cabello hineininterpretieren. Dieses Video spielt auf eine parodistische Weise mit Telenovela-Elementen und so stimmt auch das Ende, wo das vermeintliche Paar miteinander tanzt, mit Diederichsens Erörterungen zur Telenovela überein, dass das Zusammenfinden das Ziel und Ende der Geschichte bedeutet.[375]
Häufiger hingegen findet sich in den Musikvideos die Liebe als komplexe Konstellation, wo die Protagonist*innen mit verschiedenen zeitlichen, sozialen, persönlichen usw. Widrigkeiten umgehen muss,[376] die sich jedoch inhaltlich zumeist sehr unterscheiden. Dies unterstützt auch Dues Bemerkung, dass in keinem Film die Darstellung der Liebe der eines anderen Films komplett gleicht.[377]
Zu Dues zweiten Punkt sind besonders die Videos interessant, in denen die Liebe die Moral verkörpert.[378] In extremen Beispielen („Love The Way You Lie" - Eminem/Rihanna, „Mayores" - Becky G/Bad Bunny) steht sie eindeutig über (in vielen) Gesellschaften eigenen Normen wie der rechtlich geahndeten Ablehnung von Gewalt und Diebstahl. In einem positiven Beispiel erhebt sie sich über familiäre Zwänge und ist damit auch hier das moralische Gesetz selbst („Rude" - MAGIC!).
Zum Thema der Zeitlichkeit ist „Blank Space" - Taylor Swift ein treffendes Beispiel für Dues beschriebene Variante der mit Zweifel zusammenhängenden Konstellation.[379] Im Video wird eine immer wiederkehrende Zeitschleife mit neuen "Liebespartnern" gezeigt, die auf verschiedenen Problemen der Partner*innen beruhen.

Die innerhalb dieser „Kategorien" genannte Hoffnung auf ein „besseres Leben" mit Finden der Liebe[380] ist in den Darstellungen ebenfalls kaum vertreten. Die stark ästhetische und

[374] vgl. Due, *Love in Motion,* S.16
[375] vgl. Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", S.127ff.
[376] vgl. Due, *Love in Motion,* S.16
[377] vgl. Due, *Love in Motion,* S.16
[378] vgl. Due, *Love in Motion,* S.13ff.
[379] ebd.
[380] vgl. Due, *Love in Motion,* S.18

träumerische Inszenierung von „Perfect“ - Ed Sheeran ließe die Interpretation zu, dass das „richtige und schöne Leben“ erst mit dieser Liebe beginnt, jedoch ohne den Umstand eines zuvor weniger guten Lebens. Am ehesten ließe sich hier erneut „Havana“ verorten, da die Protagonistin sonst immer nur Zuhause sitzt und Telenovelas ansieht. Jetzt, mit Finden der vermeintlichen Liebe (das Video endet bei der Begegnung der potenziellen Partner*innen), könnte sich dies ändern.
Ein Bekämpfen und Überstehen von Hindernissen der Außenwelt, um die Liebe schlussendlich triumphieren zu lassen,[381] findet sich außer bei eben genannten „Rude“ nicht.

Zieht man weiter die von Reinhard-Becker erarbeiteten Muster von Liebesbeziehungen in TV-Serien heran, findet sich die Hälfte davon in den vorliegenden Musikvideos:

1. Die blinde Liebe – Serienfiguren, die eine unrealistische Wahrnehmung der Person(en) ihres Interesses haben.[382]

   Hier könnte man „Mayores” – Becky G /Bad Bunny verorten. Die Frau ist sich nicht im Klaren darüber, dass ihr Partner möglicherweise nicht „der Richtige“ für sie ist, wenn er sie derartigen Gefahren für einen Diebstahl aussetzt. Es sei denn, wir gehen davon aus, dass sie dies unbedingt (und gegen den vernünftigen Willen ihres Partners) machen möchte.
2. Problemorientierte Liebeserzählung – diese beinhaltet zum einen Serienfiguren, die bereits in komplizierten Liebesbeziehungen stecken. Zum anderen ordnet die Autorin hier auch die von Figuren missbräuchliche und betrügerische Verwendung der romantischen Liebessemantiken ein.[383]

   „Love The Way You Lie” - Rihanna/Eminem ist geradezu *das* Paradebeispiel für eine komplizierte Liebesbeziehung mit eindeutig toxischen Zügen. Ebenso auch die Beziehung in „Treat You Better” - Shawn Mendes. Eine betrügerische Verwendung einer romantischen Liebessemantik trifft erneut auf „Mayores” - Becky G /Bad Bunny zu, aber vor allem auch auf „What Do You Mean” - Justin Bieber. Das Klammern der Frau an den Mann in einer Angstsituation sowie ihr blindes Vertrauen

[381] vgl. Due, *Love in Motion,* S.21
[382] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?”, S.325f.
[383] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?”, S.329ff.

in ihn innerhalb einer scheinbar ausweglosen Situation werden romantisiert und als erstrebenswert dargestellt.

3. Die große romantische Erzählung – Serienfiguren, die „füreinander bestimmt" zu sein scheinen und nach vielen Widrigkeiten trotzdem zueinander finden.[384]
   Entfernt kann hier Ed Sheerans „Shape of You" zugeordnet werden. Nach einer geheimnisvollen Trennung werden die Protagonist*innen im finalen Kampfring voraussichtlich wieder zusammenfinden. Ebenso lässt sich „Baby" - Justin Bieber/Ludacris hier verorten, denn nach einer Trennung finden die Protagonist*innen ebenfalls schlussendlich zusammen. Wobei dies unter der erläuterten fragwürdigen Aufdringlichkeit des Protagonisten geschieht. Zuletzt passt auch „Rude" von MAGIC! in diese Rubrik, da das Paar zumindest entgegen der Ablehnung des Vaters zusammenfindet.

Als weiteres hier herausgearbeitetes inszeniertes Muster von Liebesbeziehungen könnte man das Folgende anbieten: Die romantische Erzählung ohne Hindernisse: in „Perfect" - Ed Sheeran und „All of Me" - John Legend.

Insgesamt lässt sich in der Inszenierung aller hier betrachteten Musikvideos Rehbachs These bestätigen, dass es nicht immer um eine möglichst vorteilhafte Darstellung der Musiker*innen geht und das bei gleichzeitig unreflektierter Aufnahme durch die Zuschauer*innen.[385] Vielmehr zeigen sich kontroverse Darstellungen, die gerade eine Denkleistung erfordern („Blank Space" – Ist das wirklich ernst gemeint oder spielt die Sängerin mit medialen Entwürfen ihrer Person? „What Do You Mean" – Sehen wir Sexarbeit oder eine Liebesbeziehung? „All of Me" – In welchem emotionalen Verhältnis stehen die beiden nun zueinander? usw.) und auch „unvorteilhafte" Darstellungen der Sänger*innen riskieren („Shape of You" – Was hat Ed Sheeran im Fatsuit zu bedeuten? „Treat You Better" – Verkörpert Shawn Mendes hier nicht, polemisch formuliert, einen langweiligen, ein Mädchen aus der Ferne anhimmelnden, Typen von nebenan? „Blank Space" – Die Sängerin Taylor Swift geht an die Grenzen der Eitelkeit in der Darstellung einer eskalierenden Frau.)

[384] vgl. Reinhardt-Becker, „Romantik und kein Ende?", S.334ff.
[385] vgl. Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo,* S.58

Doch zum anderen Punkt von Rehbachs These, nämlich der Kommentierung kontroverser gesellschaftlicher Sachverhalte durch Musikvideos,[386] lässt sich sagen, dass dies zum Teil stattfindet („Blank Space“, „Treat You Better“, „Rude“). Zum anderen werden aber auch durch die Musikvideos kontroverse gesellschaftliche Sachverhalte unreflektiert wiederholt, reproduziert oder möglicherweise sogar erst geschaffen. Diese These beruht auf der gegenseitigen Bedingung und Wechselwirkung von Medien und Gesellschaft, welche in den ersten beiden Kapiteln der vorliegenden Arbeit immer wieder verdeutlicht wurde.
Zur Frage der Einheit oder Vielfalt in der Inszenierung von Liebesbeziehungen in Musikvideos lässt sich sagen, dass in Bezug auf Geschlechterrollen überwiegend Einheit besteht, in Bezug auf narrative Elemente der Liebesbeziehungen, sowie Gestaltung und Setting (verschiedene Farbstimmungen, schwarz-weiß, Animationen, Privataufnahmen, Drehorte) Vielfalt herrscht.

Zusammengefasst sollte unter der medienwissenschaftlichen Annahme der gegenseitigen Begründung und Konstruktion von Realität und Medien, der „Status quo“ zu Musikvideos mithilfe von im Fach bereits bestehenden sowie soziologischen und kulturwissenschaftlichen Erkenntnissen herausgearbeitet werden. Dies ist insofern gelungen, als ein Beitrag zur Inszenierung von Liebesbeziehungen in einem Teil der Medien geleistet werden konnte. Zum anderen wurde hierzu eine kritische Diskussion angeboten, insbesondere auf die Frage, welche Probleme entstehen können, wenn Inszenierungen ungeachtet der Realität stetig reproduziert werden.

Einschränkung der vorliegenden Arbeit ist, dass die Sekunden jeweils nur einer Codierung zugeordnet wurden. Hätte man jede Sekunde auf alle zutreffenden Weisen (also mehrfach) codiert, hätte dies die Ergebnisse noch weiter präzisiert. Eng damit zusammenhängend wäre es zum Thema der Darstellung von Liebesbeziehungen in den meistgestreamten Musikvideos auf YouTube lohnenswert gewesen, die Forschung größer anzulegen und wie folgt zweizuteilen: Im ersten Schritt eine qualitative Analyse durchzuführen, die jedoch mindestens 10 Musikvideos berücksichtigt hätte und hier noch genauer auf die Inszenierung eingegangen wäre, z.B.: 1. Unterscheiden sich Licht- und Farbeinstellungen zwischen der Inszenierung unterschiedlicher Stadien der Beziehung oder der jeweiligen Situation oder auch bei der Darstellung von Frau und Mann? 2. Wie sieht die Kleidung und Aufmachung der

[386] ebd.

Partner*innen im Detail aus, was soll hiermit kommuniziert werden? 3. Wie verhält es sich mit Blicken, Mimiken, Gestiken und Körperhaltung in der Interaktion der Partner*innen, gibt es genderbezogene Unterschiede, wenn ja, welche und was vermitteln sie?
Aus diesen und weiteren Analysepunkten hätte sich ein noch vielschichtigeres Codebuch ergeben, mit dem frau/man dann im zweiten Schritt eine quantitative Analyse im Ausmaß von mindestens 100 Videos durchgeführt hätte. Die Ergebnisse daraus wären dann noch viel eindeutiger und repräsentativer in ihrer Antwort gewesen, was wir uns tatsächlich ansehen, wenn wir die erfolgreichsten Musikvideos auf YouTube konsumieren.
Aufgrund des Rahmens von Zeit und Umfang der vorliegenden Arbeit wurde jedoch das hier verwendete Forschungsvorgehen erarbeitet, um zumindest im Ansatz die quantitative Frage der Botschaften zu beantworten und in der reduzierten Detailbetrachtung die eindrücklichsten Beispiele heranzuziehen, um die Gesamterkenntisse zu unterstreichen.

Abschließend bleibt zu hoffen, dass wissenschaftliche Beschäftigung wie diese, Möglichkeiten bietet, den Konsum von Musikvideos immer bis zu einem gewissen Grad reflektiv zu begleiten, sodass jeder für sich das herausnehmen kann, was sie/ihn/es im Leben weiterbringt. Natürlich ist bei aller Rationalisierung der Liebesbeziehung, dem wissenschaftlichen Hinterfragen nach erfunden/wahr, falsch/richtig in medialen Inszenierungen, wichtig die irrationalen und unbewussten Komponenten der Liebesbeziehung nicht aus den Augen zu verlieren.
In diesem Sinne soll mit dem Gedicht „Was es ist“ von Erich Fried (1983) geschlossen werden:

„Es ist Unsinn
sagt die Vernunft
Es ist was es ist
sagt die Liebe

Es ist Unglück
sagt die Berechnung
Es ist nichts als Schmerz
sagt die Angst

Es ist aussichtslos
sagt die Einsicht
Es ist was es ist
sagt die Liebe

Es ist lächerlich
sagt der Stolz
Es ist leichtsinnig
sagt die Vorsicht
Es ist unmöglich
sagt die Erfahrung
Es ist was es ist
sagt die Liebe“[387]

[387] Erich Fried, *Es ist was es ist – Liebesgedichte Angstgedichte Zorngedichte*, Berlin: Verlag Klaus Wagenbach, 1996, S.43

7. Quellenverzeichnis

7.1 Literatur

1. Johanna Adlaoui-Mayerl, „Wien - Casablanca: hin und zurück: Eine Fernsehforschungs-Expedition ins gegenwärtige Marokko des Werbe-Films", Maske und Kothurn, 49/3, 2003, S.193-206
2. Ute Bechdolf, *Verhandlungssache Geschlecht: Eine Fallstudie zur kulturellen Herstellung von Differenz bei der Rezeption von Musikvideos*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008
3. Helena Bilandzic et al., *Medienrezeptionsforschung*, Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2015
4. Heinz Bonfadelli, *Medienwirkungsforschung I*, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2004
5. Ferdinand Buer, „Geschlechtergerechtigkeit in Liebesbeziehungen – Eine Philosophie des Liebespaares und warum Moreno dazu wenig einfiel", Z Psychodrama Soziom, 2/15, 2016, S.133-147
6. Günter Burkart, *Soziologie der Paarbeziehung – Eine Einführung*, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2018
7. Rainer Busch/Wolfgang Fuchs/Fritz Unger, *Integriertes Marketing*, Wiesbaden: Gabler/GWV Fachverlage GmbH 2008
8. Judith Butler, *Undoing Gender*, New York/London: Routledge 2004
9. Andrew Darley, *Visual digital culture: surface play and spectacle in new media genres,* London: Routledge 2004
10. Tia DeNora, „Turn, Turn, Turn! – Zur Musikalisierung der Kultursoziologie durch die culture-in-action-Perspektive", in: *"Zeiten des Aufbruchs" – Populäre Musik als Medium gesellschaftlichen Wandels*, hrsg. von Dominik Schrage/Holger Schwetter/Anne-Kathrin Hoklas, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019
11. René Descartes/Klaus Hammacher, *Die Leidenschaften der Seele*, Hamburg: Felix Meiner Verlag, 1996

12. Diedrich Diederichsen, „Ohne Liebe: Durchdringung, Flucht, Erstarrung", in: *Love Me or Leave Me – Liebeskonstrukte in der Populärkultur*, hrsg. v. Doris Guth/Heide Hammer, Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2009, S.123-136
13. Reidar Due, *Love in Motion – Erotic Relationships in Film*, London/New York: Wallflower Press, 2013
14. Constantin Floros, *Der Mensch, die Liebe und die Musik*, Zürich: Arche-Verlag 2000
15. Erich Fried, *Es ist was es ist – Liebesgedichte Angstgedichte Zorngedichte*, Berlin: Verlag Klaus Wagenbach, 1996
16. Mike Friedrichsen, „Musik im Spannungsfeld von Wirtschaftsgut und kulturellem Angebot", in: *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*, hrsg. v. Stefan Weinacht et al., Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008, S.19 - 37
17. Erika Funk-Hennings, „Musikvideos im Alltag: Geschlechtsspezifische Darstellungsweisen", in: *Clipped differences,* hrsg. v. Dietrich Helms, Bielefeld: transcript Verlag, 2003, S. 55-67
18. André Gärisch, „Maßnahmen der Medienmarkenbildung in der Musikwirtschaft – drei Praxisbeispiele", transfer Werbeforschung & Praxis 3, 2015, S.26 - 29
19. Brian Gillespie/Jeff Joireman, „The Role of Consumer narrative Enjoyment and Persuasion Awareness in Product Placement Advertising", American Behavioral Scientist, 60/12, 2016, S.1510-1528
20. Florian Heesch/Laura P. Fleischer, „Herausforderungen für die Männlichkeitsforschung im Feld populärer Kultur und Musik. Eine Einleitung", in: *„Sounds like a real man to me„ – Populäre Kultur, Musik und Männlichkeit*, hrsg. v. Laura P. Fleischer/Florian Heesch, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2019, S.1-17
21. Dietrich Helms (Hrsg.), *Amor docet musicam: Musik und Liebe in der frühen Neuzeit*, Hildesheim: Olms 2012
22. Achim Hofer, „Peter Tschaikowskys Fantasie-Ouvertüre Romeo und Julia", in: *Das süße Wort: Ich liebe dich*, hrsg. v. Lothar Blum et al., Baden-Baden: Tectum 2018, S.293-316
23. Franziska Hohl, „Popmusikforschung avant la lettre: Musiksoziologische Diskurse der 1960er, 70er und 80er Jahre vor dem Hintergrund populärer Musikformen", in: *"Zeiten des Aufbruchs" – Populäre Musik als Medium gesellschaftlichen Wandels,*

hrsg. v. Dominik Schrage et al., Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden 2019, S. 205-230

24. Christian Höller, „Post-Net, Post-Pop?" in: *after youtube*. hrsg. v. Lars Henrik Gass/Christian Höller/Jessica Manstetten, Köln: Strzelecki Books, 2018, S. 28-45
25. Jennifer M. Hurley, „Music Video and the Construction of Gendered Subjectivity (Or How Being a Music Video Junkie Turned Me into a Feminist)", Cambridge University Press Popular music 13/3, 1994, S.327-338
26. Eva Illouz, *Der Konsum der Romantik – Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus*, Frankfurt am Main: Campus Verlag 2003
27. Nathalie Iványi/Jo Reichertz, *Liebe (wie) im Fernsehen: eine wissenssoziologische Analyse*, Opladen: Leske + Budrich 2002
28. Christoph Jacke, *Einführung in Populäre Musik und Medien*, Münster: LIT Verlag 2009
29. Christofer Jost et al., *Computergestützte Analyse von audiovisuellen Medienprodukten*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden 2013
30. Henry Keazor/Thorsten Wübbena, *Rewind, play, fast forward: the past, present and future of the music video*, Bielefeld: transcript Verlag 2010
31. Anjala S. Krishen/Joseph M. Sirgy, „Identifying With the Brand Placed in Music Videos Makes Me Like the Brand", Journal of current issues and research in advertising, 37 /1, 2016, S.45-58
32. Hans-Dieter Kübler, „Medienwirkungen versus Mediensozialisation", in: *Handbuch Mediensozialisation,* hrsg. v. Ralf Vollbrecht/Claudia Wegener, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010, S. 17-31
33. Samuel Lindsay/Antonia C. Lyons, „'Pour It Up, Drink It Up, Live It Up, Give It Up': Masculinity and Alcohol in Pop Music Videos", in: Men and Masculinities 21/5, 2018, S.624-644
34. Dennis Mathei, „Musik 2.0: Haben sich jetzt alle wieder lieb", Sozialwissenschaften und Berufspraxis 2, 2009, S.278 - 285
35. Thomas Müller-Schneider, „Verschwindet die Paarbeziehung? Liebe und menschliche Natur im Zeitalter der Glückssuche", in: *"Das süße Wort: Ich liebe dich" – Konstellationen der Liebe in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, hrsg. v. Lothar

Bluhm/Thomas Müller-Schneider/Markus Schiefer Ferrari/Christoph Zuschlag, Baden-Baden: Tectum Verlag 2018, S.13-42

36. Laura Mulvey, "Visual Pleasure and Narrative Cinema", in: *The Routledge Reader in Gender and Performance*, hrsg. v. Lizbeth Goodman/Jane de Gay, London: Routledge 2002, S.296-301
37. Jessica Nitsche, „Denken Sie Groß & denken Sie online", in: *after youtube,* hrsg. v. Lars Henrik Glass et al., Köln: StrzeleckiBooks 2018, S.11-27
38. Beate Ochsner, „Von intermedialer Konvergenz zu „produsage" oder: Die Neue Partizipationskultur im Musikvideo", in: *Blickregime und Dispositive audiovisueller Medien,* hrsg. v. Nadia Elia-Borer et al., Bielefeld: transcript Verlag, 2011, S.183-207
39. Lameez Omarjee/Norman Chiliya, „The Effectiveness of Product Placement in Music Videos: A Study on the Promotion Strategies for Brands and Products to Target the Y Generation in Johannesburg", Mediterranean Journal of Social Sciences, 5/20, 2014, S.2095-2118
40. Rüdiger Peuckert, *Das Leben der Geschlechter: Mythen und Fakten zu Ehe, Partnerschaft und Familie*, Frankfurt am Main: Campus-Verlag, 2015
41. Simon Rehbach, *Medienreflexion im Musikvideo – Das Fernsehen als Gegenstand intermedialer Beobachtung*, Bielefeld: transcript Verlag 2018
42. Ramón Reichert, „Musikvideos im Social Web – Zur Ästhetik und Praxis kultureller Appropriation in partizipatorischen Medien", in: *Populäre Musikkulturen im Film*, hrsg. von Carsten Heinze/Laura Niebling, Wiesbaden: Springer Fachmedien 2016
43. Elke Reinhardt-Becker, „Romantik und keine Ende? Liebessemantiken in US-amerikanischen Fernsehserien", in: *Sprachen der Liebe in Literatur, Film und Musik,* hrsg. v. Filippo Smerilli/Christof Hamann, Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann, 2015, S.315-346
44. Patrick Rössler, *Inhaltsanalyse,* Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH 2017
45. Christian Schemer et al., „Werbewirkung ohne Erinnerungseffekte?: Eine experimentelle Studie zum Mere Exposure-Effekt bei Product Placements", Zeitschrift für Medienpsychologie, 19/1, 2007, S.2-13
46. Axel Schmidt/Klaus Neumann-Braun/Ulla Autenrieth, *Viva MTV! reloaded: Musikfernsehen und Videoclips crossmedial*, Baden-Baden: Nomos, 2008

47. Holger Schramm, *Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008
48. Martina Schuegraf, *Medienkonvergenz und Subjektbildung: Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet,* Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008
49. Ilka Siedenburg, „Populäre Musik, Gender und Musikpädagogik: Wirkungsebenen der Kategorie Geschlecht in musikalischen Aneignungs- und Vermittlungsprozessen", in: *love & passion – Gender und Musik(praxis)*, hrsg. v. Dagmar Filter/Jana Reich, Norderstedt: BoD 2017, S.217-251
50. Tina Stolt, „Die Zurschaustellung der Liebe in neueren Kunstwerken und Performances" in: *"Das süße Wort: Ich liebe dich" – Konstellationen der Liebe in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, hrsg. v. Lothar Bluhm/Thomas Müller-Schneider/Markus Schiefer Ferrari/Christoph Zuschlag, Baden-Baden: Tectum Verlag 2018, S.343-364
51. Jonel Thaller/Jill Theresa Messing, "(Mis)Perceptions Around Intimate Partner Violence in the Music Video and Lyrics for 'Love The Way You Lie'", Feminist Media Studies 14/4, 2014, S.623-639
52. Christoph Zuschlag, „Liebe und Leidenschaft in der Kunst", in *"Das süße Wort: Ich liebe dich" – Konstellationen der Liebe in Literatur, Kunst und Wissenschaft*, hrsg. v. Lothar Bluhm/Thomas Müller-Schneider/Markus Schiefer Ferrari/Christoph Zuschlag, Baden-Baden: Tectum Verlag 2018, S.317-342

7.2 Online-Quellen

1. All of Me - John Legend https://genius.com/John-legend-all-of-me-lyrics (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
2. Bruno Mars https://web.de/magazine/unterhaltung/thema/bruno-mars (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
3. Cornelius Büchner: Daniel Ek und die Spotify-Story https://www.starting-up.de/geschaeftsideen/unternehmer-typen/daniel-ek-und-die-spotify-story.html (letzter Aufruf 25.12.2020)

4. Daniel Ek und die Spotify-Story https://www.starting-up.de/geschaeftsideen/unternehmer-typen/daniel-ek-und-die-spotify-story.html (letzter Aufruf: 25.12.2020)
5. Despacito - Luis Fonso/Daddy Yankee https://www.youtube.com/watch?v=kJQP7kiw5Fk (Letzter Aufruf: 14.04.2021)
6. John Legend heiratet Model Chrissy Teigen - hier die Fotos https://www.eonline.com/de/news/459224/john-legend-heiratet-model-chrissy-teigen-hier-die-fotos (Letzter Aufruf: 26.04.2021)
7. Love The Way You Lie - Eminem/Rihanna https://genius.com/Eminem-love-the-way-you-lie-lyrics (Letzter Aufruf: 06.05.2021)
8. Mayores - Becky G/Bad Bunny https://genius.com/Becky-g-and-bad-bunny-mayores-lyrics (Letzter Aufruf: 06.05.2021)
9. Most Viewed Music Videos of All Time https://kworb.net/youtube/topvideos.html (Letzter Aufruf: 22.04.2021)
10. Mit welchen Geräten werden soziale Medien genutzt http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf
11. Perfect - Ed Sheeran https://genius.com/Ed-sheeran-perfect-lyrics (Letzter Aufruf: 28.04.2021)
12. So kannst du auf YouTube Geld verdienen https://support.google.com/youtube/answer/72857?hl=de (Letzter Aufruf: 16.04.2021)
13. The top 500 sites on the web https://www.alexa.com/topsites (Letzer Aufruf: 14.04.2021)
14. Treat You Better - Shawn Mendes https://genius.com/Shawn-mendes-treat-you-better-lyrics (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
15. Umsatz: BVMI https://www.musikindustrie.de/markt-bestseller/musikindustrie-in-zahlen/umsatz (Letzter Aufruf: 22.03.2021)
16. Was sehen sich Jugendliche auf YouTube an, S.31 http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf (Letzter Aufruf:15.04.2021)

17. Welche Angebote im Internet nutzen Jugendliche am liebsten, S.35 http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf (Letzter Aufruf:15.04.2021)
18. Welche soziale Medien werden am häufigsten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt? http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf (Letzter Aufruf: 12.03.2021)
19. Weltweiter Umsatz der Musikindustrie in den Jahren 1999 bis 2020 https://de.statista.com/statistik/daten/studie/182361/umfrage/weltweiter-umsatz-der-musikindustrie-seit-1997/ (Letzter Aufruf: 03.05.2021)

7.3 Weitere Quellen

1. CD-Heft vom Album „Camila“ - Camila Cabello
2. CD-Heft vom Album „El Dorado“ - Shakira

7.4 Untersuchte Musikvideos

1. All of Me - John Legend https://www.youtube.com/watch?v=450p7goxZqg
2. Ay Vamos - J. Balvin https://www.youtube.com/watch?v=TapXs54Ah3E
3. Baby - Justin Bieber/Ludacris https://www.youtube.com/watch?v=kffacxfA7G4
4. Blank Space - Taylor Swift https://www.youtube.com/watch?v=e-ORhEE9VVg
5. Chantaje - Shakira/Maluma https://www.youtube.com/watch?v=6Mgqbai3fKo
6. Havana - Camila Cabello https://www.youtube.com/watch?v=BQ0mxQXmLsk
7. Just The Way You Are - Bruno Mars https://www.youtube.com/watch?v=LjhCEhWiKXk
8. Love The Way You Lie - Eminem/Rihanna https://www.youtube.com/watch?v=uelHwf8o7_U
9. Mayores - Becky G/Bad Bunny https://www.youtube.com/watch?v=GMFewiplIbw
10. Perfect - Ed Sheeran https://www.youtube.com/watch?v=2Vv-BfVoq4g
11. Reggaeton Lento - CNCO https://www.youtube.com/watch?v=7jpqqBX-Myw
12. Rude - MAGIC! https://www.youtube.com/watch?v=PIh2xe4jnpk

13. Shape of You - Ed Sheeran https://www.youtube.com/watch?v=JGwWNGJdvx8
14. Treat You Better - Shawn Mendes https://www.youtube.com/watch?v=lY2yjAdbvdQ
15. What Do You Mean - Justin Bieber https://www.youtube.com/watch?v=DK_0jXPuIr0

7.5 Bildnachweis

1. Rude - MAGIC!, Minute 02:23 https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=143
2. Blank Space - Taylor Swift, Minute 00:49 https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=49
3. Shape of You - Ed Sheeran, Minute 01:14 https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=74
4. Baby - Justin Bieber/Ludacris, Minute 03:19 https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=199

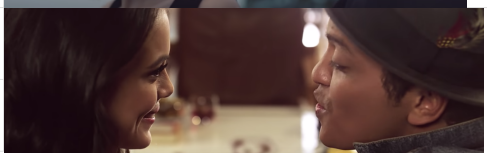
8. Abstract

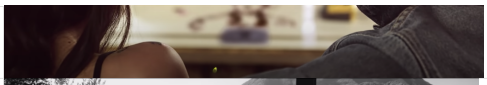
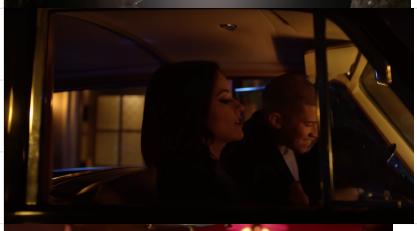
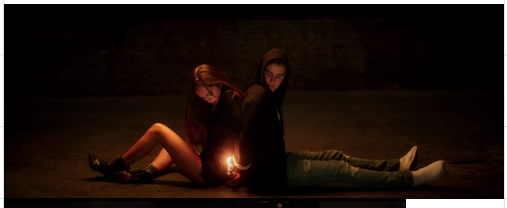
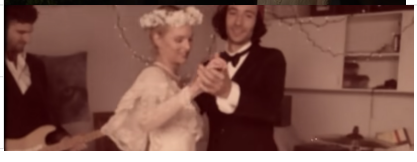
Musikvideos stehen zwischen Kunst und Kommerz und haben nachweislich identitätsstiftendes Potenzial für Jugendliche und junge Erwachsene. Betrachtungen zu Gender-Repräsentation gibt es in diesem Zusammenhang bereits und hier knüpft die vorliegende Arbeit an und analysiert in einem nächsten Schritt den Umgang der Geschlechter innerhalb von (angehenden) Liebesbeziehungen. Hierfür wurden die aktuell erfolgreichsten Musikvideos ausgewählt, damit die Ergebnisse repräsentativ für die am häufigsten rezipierten Botschaften stehen können. Die Frage, mit der sich die vorliegende Arbeit beschäftigt, lautet daher: Wie werden Liebesbeziehungen in den meistgestreamten Musikvideos auf YouTube dargestellt?

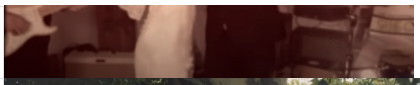
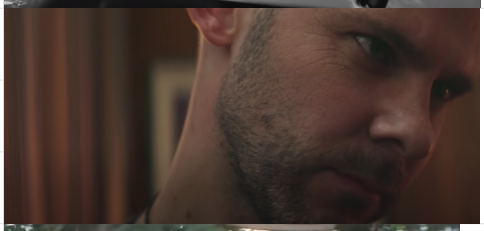
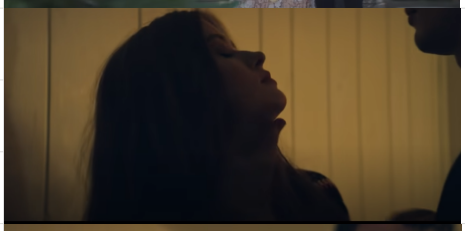
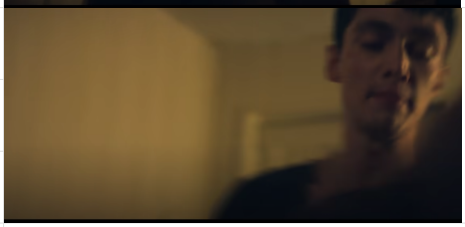
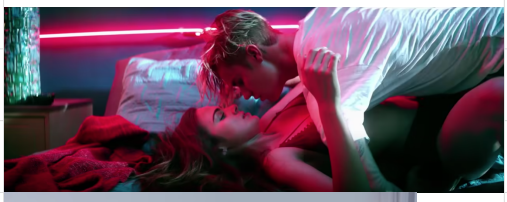
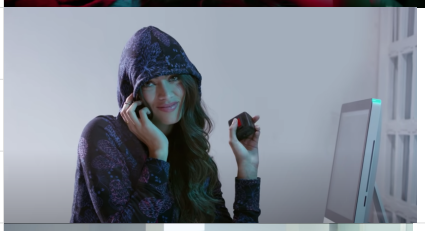
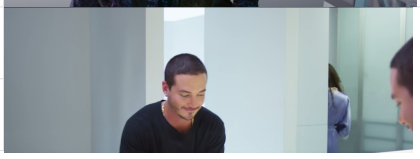
Die Arbeit beginnt mit einer Einführung zum Musikvideo und seiner Wirkung und geht in diesem Bezug besonders auf Gender ein. Darauf folgen Definitionen und aktuelle Betrachtungen zur Liebesbeziehung, sowie ihrer Inszenierung in anderen Medien. Ohne aus dem Blick zu verlieren, dass das Musikvideo ein wirtschaftlicher und künstlerischer Gegenstand ist und die Vermittlung von Werten hier kaum eine Rolle spielen wird, sollen trotzdem die vermittelten Botschaften kritisch mit Literatur in Verhältnis gesetzt werden, um am Ende ein reflektiertes Konsumieren zu ermöglichen.

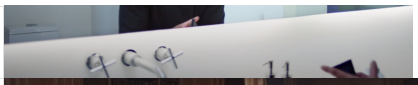
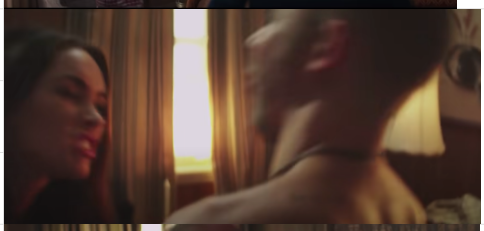
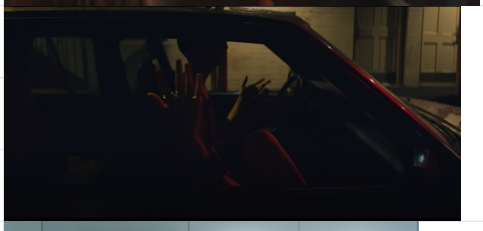
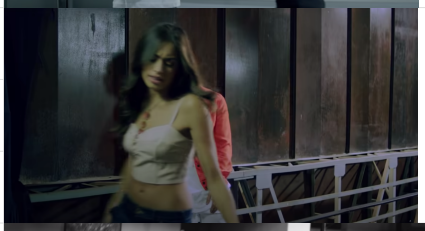
Als Methode dient eine auf Musikvideos adaptierte Form der quantitativen Inhaltsanalyse nach Rössler. Anhand dieser Methode wird in der vorliegenden Arbeit herausgearbeitet, welche Bilder von Aspekten (Kennenlern-Szenarien, Nähe, Umgangsformen, Konflikte) einer Liebesbeziehung in den meistgestreamten Musikvideos vorrangig präsent sind, um zu identifizieren, welche Darstellungen unter Zuschauer*innen überwiegend verbreitet werden.

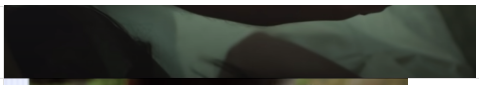
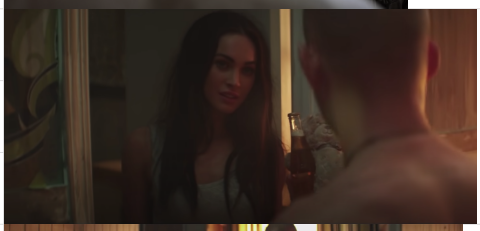
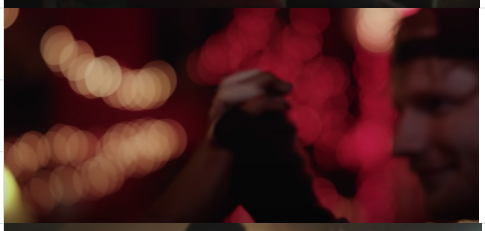
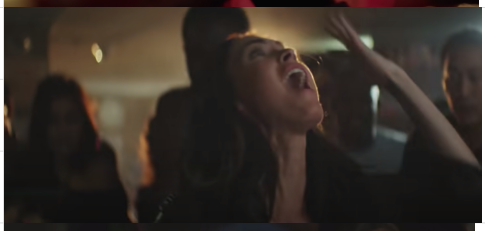
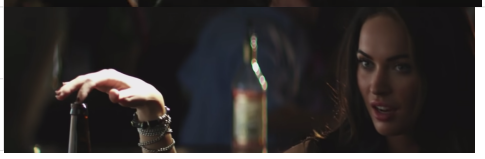
9. Anhang: Codebuch & Analyse

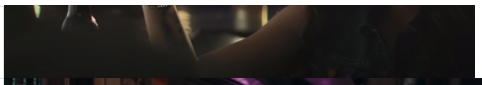
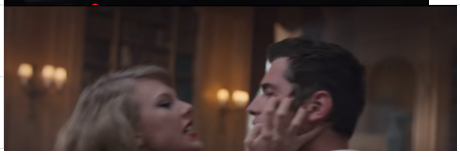
Kategorie	Unterkategorie 1	Unterkategorie 2	Wertung	Abkürzung	Beispielszene	Quelle
Beziehung (langfristig)	Aktivität	Boot	positiv	Bez-Akt-Boo-pos		https://youtu.be/450p7goxZqg?t=24
Jede dargestellte Liebesbeziehung, vor der keine Szenen des Kennenlernens oder erstmaligen Zusammenfindens gezeigt werden.	*Im Sinne von Unternehmung/Freizeitgestaltung.*		negativ	Bez-Akt-Boo-neg		
			neutral	Bez-Akt-Boo-neu		
	Aktivität	Musik machen	positiv	Bez-Akt-Mus-pos		https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=3
			negativ	Bez-Akt-Mus-neg		
			neutral	Bez-Akt-Mus-neu		
	Allgemeine Situation	Distanz	positiv	Bez-All-Dis-pos		https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=146
	Situationen, für die es zum einen nicht sinnführend war jeweils neue Unterkategorien 1 zu eröffnen, da sie entweder zu selten vorkamen oder zu unspezifisch waren.	*Die Partner*innen sind räumlich und/oder emotional distanziert.*	negativ	Bez-All-Dis-neg		
			neutral	Bez-All-Dis-neu		
	Allgemeine Situation	Frau dominiert	positiv	Bez-All-Fra-pos		https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=122
		Frau ergreift die Initiative oder hat auf andere Weise die Situation mehr in der Hand als der Mann.	negativ	Bez-All-Fra-neg		
			neutral	Bez-All-Fra-neu		
	Allgemeine Situation	gleichgestellt	positiv	Bez-All-gle-pos		https://youtu.be/450p7goxZqg?t=119
		Keiner dominiert den anderen, beide machen dasselbe ohne dass dabei eine Hierachie entsteht.	negativ	Bez-All-gle-neg		
			neutral	Bez-All-gle-neu		
	Allgemeine Situation	Mann dominiert	positiv	Bez-All-Man-pos		
		Mann ergreift die Initiative oder hat auf andere Weise die Situation mehr in der Hand als die Frau.	negativ	Bez-All-Man-neg		
			neutral	Bez-All-Man-neu		
	Allgemeine Situation	männliche Gewalt	positiv	Bez-All-män-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=204
		Mann ist körperlich gewalttätig oder psychisch gewalttätig z.B. durch Drohgebärden.	negativ	Bez-All-män-neg		
			neutral	Bez-All-män-neu		
	Ansehen	Frau Mann	positiv	Bez-Ans-Fra-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=51
	Im Sinne von Jemand schaut Jemand an oder beide schauen sich gegenseitig an.	*Frau sieht Mann an.*	negativ	Bez-Ans-Fra-neg		
			neutral	Bez-Ans-Fra-neu		
	Ansehen	gegenseitig	positiv	Bez-Ans-geg-pos		https://youtu.be/LjhCEhWiKXk?t=147
		*Partner*innen sehen sich gegenseitig an.*	negativ	Bez-Ans-geg-neg		

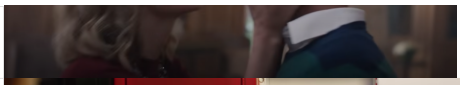
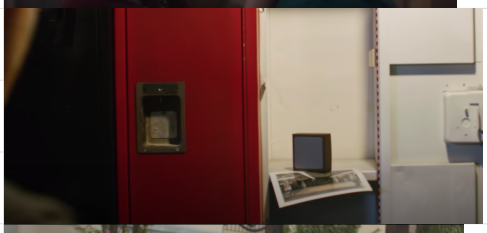
			neutral	Bez-Ans-geg-neu		
	Ansehen	Mann Frau	positiv	Bez-Ans-Man-pos		https://youtu.be/450p7goxZqg?t=8
		Mann sieht Frau an.	negativ	Bez-Ans-Man-neg		
			neutral	Bez-Ans-Man-neu		
	Antrag	Mann Frau	positiv	Bez-Ant-Fra-pos		https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=150
		Mann macht Frau Antrag.	negativ	Bez-Ant-Fra-neg		
			neutral	Bez-Ant-Fra-neu		
	Außergewöhnliche Situation	gleichgestellt	positiv	Bez-Auß-gle-pos		https://youtu.be/GMFewiplIbw?t=194
	Z.B. Entführung, Diebstahl.		negativ	Bez-Außl-gle-neg		
			neutral	Bez-Auß-gle-neu		
	Außergewöhnliche Situation	Mann dominiert	positiv	Bez-Auß-Man-pos		https://youtu.be/GMFewiplIbw?t=29
			negativ	Bez-Auß-Man-neg		
			neutral	Bez-Auß-Man-neu		
	Außergewöhnliche Situation	männliche Gewalt	positiv	Bez-Auß-män-pos		https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=240
			negativ	Bez-Auß-män-neg		
			neutral	Bez-Auß-män-neu		
	Außergewöhnliche Situation	Nähe	positiv	Bez-Auß-Näh-pos		https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=156
			negativ	Bez-Auß-Näh-neg		
			neutral	Bez-Auß-Näh-neu		
	Außergewöhnliche Situation	Held	positiv	Bez-Auß-Hel-pos		https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=170
		Mann ist der „Retter".	negativ	Bez-Auß-Hel-neg		
			neutral	Bez-Auß-Hel-neu		
	Hochzeit	Elternproblem	positiv	Bez-Hoc-Elt-pos		https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=169
		Ein oder mehrere Elternteile sind gegen die Hochzeit.	negativ	Bez-Hoc-Elt-neg		
			neutral	Bez-Hoc-Elt-neu		
	Hochzeit	Tanzen	positiv	Bez-Hoc-Tan-pos		https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=194
			negativ	Bez-Hoc-Tan-neg		

			neutral	Bez-Hoc-Tan-neu		
	Liebesbekundung	Frau an Mann	positiv	Bez-Lie-Fra-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=83
	Ein Zeichen der Zuneigung/Liebe z.B. einer singt für den anderen.		negativ	Bez-Lie-Fra-neg		
			neutral	Bez-Lie-Fra-neu		
	Liebesbekundung	Mann Frau	positiv	Bez-Lie-Man-pos		https://youtu.be/450p7goxZqg?t=267
			negativ	Bez-Lie-Man-neg		
			neutral	Bez-Lie-Man-neu		
	Nähe	ablehnend	positiv	Bez-Näh-abl-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=197
	*Die Partner*innen sitzen/stehen nah beeinander oder kuscheln.*		negativ	Bez-Näh-abl-neg		
			neutral	Bez-Näh-abl-neg		
	Nähe	liebevoll	positiv	Bez-Näh-lie-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=88
			negativ	Bez-Näh-lie-neg		
			neutral	Bez-Näh-lie-neg		
	Nähe	Mann dominiert	positiv	Bez-Näh-Man-pos		https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=61
			negativ	Bez-Näh-Man-neg		
			neutral	Bez-Näh-Man-neg		
	Nähe	männliche Gewalt	positiv	Bez-Näh-män-pos		https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=74
		Mann ist körperlich gewalttätig oder psychisch gewalttätig z.B. durch Drohgebärden.	negativ	Bez-Näh-män-neg		
			neutral	Bez-Näh-män-neg		
	Sexualität	leidenschaftlich	positiv	Bez-Sex-lei-pos		https://youtu.be/DK_0jXPuIr0?t=76
	Alle Handlungen und Interaktionen die augenscheinlich auf gleich folgenden Geschlechtsverkehr hinauslaufen sollen.		negativ	Bez-Sex-lei-neg		
			neutral	Bez-Sex-lei-neu		
	Scherz/Streich	Frau Mann	positiv	Bez-Sch-Fra-pos		https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=164
		Frau spielt Mann den Streich.	negativ	Bez-Sch-Fra-neg		
			neutral	Bez-Sch-Fra-neu		
	Scherz/Streich	Mann Frau	positiv	Bez-Sch-Man-pos		https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=80
		Mann spielt Frau den Streich.	negativ	Bez-Sch-Man-neg		

			neutral	Bez-Sch-Man-neu		
	Streit	Frau dominiert	positiv	Bez-Str-Fra-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=113
			negativ	Bez-Str-Fra-neg		
			neutral	Bez-Str-Fra-neu		
	Streit	gegenseitige Gewalt	positiv	Bez-Str-geg-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=53
		*Partner*innen sind körperlich gewalttätig oder psychisch gewalttätig z.B. durch Drohgebärden.*	negativ	Bez-Str-geg-neg		
			neutral	Bez-Str-geg-neu		
	Streit	männliche Gewalt	positiv	Bez-Str-män-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=67
		Mann ist körperlich gewalttätig oder psychisch gewalttätig z.B. durch Drohgebärden.	negativ	Bez-Str-män-neg		
			neutral	Bez-Str-män-neu		
	Streit	ohne körperliche Gewalt	positiv	Bez-Str-ohn-pos		https://youtu.be/lY2yjAdbvdQ?t=6
			negativ	Bez-Str-ohn-neg		
			neutral	Bez-Str-ohn-neu		
	Streit	weibliche Gewalt	positiv	Bez-Str-wei-pos		https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=51
		Frau ist körperlich gewalttätig oder psychisch gewalttätig z.B. durch Drohgebärden.	negativ	Bez-Str-wei-neg		
			neutral	Bez-Str-wei-neu		
	Streit	weggehen	positiv	Bez-Str-weg-pos		https://youtu.be/TapXs54Ah3E?t=5
		Einer der Streitenden geht noch während des Gesprächs davon.	negativ	Bez-Str-weg-neg		
			neutral	Bez-Str-weg-neu		
	Trost	Mann Frau	positiv	Bez-Tro-Man-pos		https://youtu.be/450p7goxZqg?t=36
		Mann tröstet Frau.	negativ	Bez-Tro-Man-neg		
			neutral	Bez-Tro-Man-neu		
	Unaufmerksamkeit	Mann Frau	positiv	Bez-Una-Man-pos		https://youtu.be/450p7goxZqg?t=220
		Mann ist seiner Partnerin gegenüber unaufmerksam.	negativ	Bez-Una-Man-neg		
			neutral	Bez-Una-Man-neu		
	Untreue	Mann Frau	positiv	Bez-Unt-Man-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=31
		Mann ist Frau untreu.	negativ	Bez-Unt-Man-neg		

			neutral	Bez-Unt-Man-neu		
	Vater um Tochter bitten	Mann	positiv	Bez-Vat-Man-pos		https://youtu.be/PIh2xe4jnpk?t=29
			negativ	Bez-Vat-Man-neg		
			neutral	Bez-Vat-Man-neu		
	Versöhnung	Frau Mann	positiv	Bez-Ver-Fra-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=174
		Das Angebot der Versöhnung geht von der Frau aus.	negativ	Bez-Ver-Fra-neg		
			neutral	Bez-Ver-Fra-neu		
	Versöhnung	Mann Frau	positiv	Bez-Ver-Man-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=132
		Das Angebot der Versöhnung geht vom Mann aus.	negativ	Bez-Ver-Man-neg		
			neutral	Bez-Ver-Man-neu		
Frisch verliebt	Aktivität	Sport	positiv	Fri-Akt-Spo-pos		https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=129
			negativ	Fri-Akt-Spo-neg		
*Es geht aus dem Gesamtvideo hervor, dass die Partner*innen sich gerade erst kennegelernt haben, jedoch schon als Paar zusammengefunden haben.*			neutral	Fri-Akt-Spo-neu		
	Aktivität	Tanzen	positiv	Fri-Akt-Tan-pos		https://youtu.be/2Vv-BfVoq4g?t=225
			negativ	Fri-Akt-Tan-neg		
			neutral	Fri-Akt-Tan-neu		
	Gewalt gegen Fremde	Mann	positiv	Fri-Gew-Man-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=151
			negativ	Fri-Gew-Man-neg		
			neutral	Fri-Gew-Man-neu		
	Nähe	liebevoll	positiv	Fri-Näh-lie-pos		https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=9
			negativ	Fri-Näh-lie-neg		
			neutral	Fri-Näh-lie-neg		
	Streit	Frau dominiert	positiv	Bez-Str-Fra-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=167
			negativ	Bez-Str-Fra-neg		
			neutral	Bez-Str-Fra-neu		
Kennenlernen	Allgemeine Situation	Frau dominiert	positiv	Ken-All-Fra-pos		https://youtu.be/uelHwf8o7_U?t=108
*Die Protagonist*innen lernen sich gerade*		*Die Frau macht z.B. den ersten Schritt.*	negativ	Ken-All-Fra-neg		

lernen sich gerade kennen und aus dem Gesamtvideo heraus kann nicht ausgeschlossen werden, dass dies mit Interesse an einer potenziellen Liebesbeziehung geschieht.			neutral	Ken-All-Fra-neu		
	Allgemeine Situation	Mann dominiert	positiv	Ken-All-Man-pos		https://youtu.be/BQ0mxQXmLsk?t=358
			negativ	Ken-All-Man-neg		
			neutral	Ken-All-Man-neu		
	Begegnung	Missgeschick	positiv	Ken-Beg-Mis-pos		https://youtu.be/BQ0mxQXmLsk?t=347
		*Die Partner*innen lernen sich über ein Missgeschick kennen.*	negativ	Ken-Beg-Mis-neg		
			neutral	Ken-Beg-Mis-neu		
	Begegnung	Supermarkt	positiv	Ken-Beg-Sup-pos		https://youtu.be/6Mgqbai3fKo?t=5
			negativ	Ken-Beg-Sup-neg		
			neutral	Ken-Beg-Sup-neu		
	Essen	Divergenz	positiv	Ken-Ess-Ung-pos		https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=90
	Es werden gemeinsam Speisen eingenommen.	*Jeder isst etwas Anderes.*	negativ	Ken-Ess-Ung-neg		
			neutral	Ken-Ess-Ung-neu		
	Essen	Teilen	positiv	Ken-Ess-Tei-pos		https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=96
		Essen wird miteinander geteilt.	negativ	Ken-Ess-Tei-neg		
			neutral	Ken-Ess-Tei-neu		
	Spazieren	Necken	positiv	Ken-Spa-Nec-pos		https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=80
			negativ	Ken-Spa-Nec-neg		
			neutral	Ken-Spa-Nec-neu		
Trennung	Allgemeine Situation	Frau dominiert	positiv	Tre-All-Fra-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=204
*Die Partner*innen trennen sich im Video oder haben sich vor der im Video beginnenden Geschichte getrennt.*			negativ	Tre-All-Fra-neg		
			neutral	Tre-All-Fra-neu		
	Allgemeine Situation	männliche Aufdringlichkeit	positiv	Tre-All-män-pos		https://youtu.be/kffacxfA7G4?t=40
		Er kommt z.B. ungefragt sehr nah oder versucht die Frau zu berühren.	negativ	Tre-All-män-neg		
			neutral	Tre-All-män-neu		
	Gewalt	Frau Mann	positiv	Tre-Gew-Fra-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=132
	*Partner*innen sind körperlich gewalttätig oder psychisch gewalttätig z.B. durch Drohgebärden.*		negativ	Tre-Gew-Fra-neg		

			neutral	Tre-Gew-Fra-neu		
	ohne Gespräch	Abschiedsgeschenk	positiv	Tre-ohn-Abs-pos		https://youtu.be/JGwWNGJdvx8?t=145
		*Einer der Partner*innen hinterlässt ein Abschiedsgeschenk.*	negativ	Tre-ohn-Abs-neg		
			neutral	Tre-ohn-Abs-neu		
	Sachbeschädigung	Frau Mann	positiv	Tre-Sac-Fra-pos		https://youtu.be/e-ORhEE9VVg?t=193
		Frau beschädigt Gegenstände, die dem Mann gehören oder mit ihm in Zusammenhang stehen.	negativ	Tre-Sac-Fra-neg		
			neutral	Tre-Sac-Fra-neu		

Nr.	Regie	Jahr	KünstlerInnen	Lied	Minute	Sekunden-zahl gesamt	Kategorie	Unterkategorie 1	Unterkategorie 2	Wertung	Bemerkung
1	Jason Koenig	2017	Ed Sheeran	Shape Of You	00:02 - 00:03	2	Fri	Näh	lie	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	00:09	1	Fri	Näh	lie	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:08 - 01:15	8	Ken	Beg	Miss	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:16 - 01:20	5	Ken	Spa	Nec	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:22 - 01:27	6	Ken	All	Man	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:30 - 01:35	6	Ken	Ess	Div	pos	er wirft Fleisch auf ihren Salatteller
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:36 - 01:40	5	Ken	Ess	Tei	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:42 - 01:44	3	Ken	All	Fra	neu	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:47 - 01:53	7	Ken	All	Man	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	01:56 - 01:59	4	Fri	Akt	Spo	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	02:00 - 02:03	4	Fri	Näh	lie	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	02:04 - 02:12	9	Fri	Akt	Spo	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	02:13 - 02:15	3	Fri	Näh	lie	pos	
		2017	Ed Sheeran	Shape Of You	02:16 - 02:20	5	Tre	ohn	Abs	neg	
2	Joseph Kahn	2014	Taylor Swift	Blank Space	00:27 - 00:34	8	Bez	All	Dis	pos	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	00:35 - 00:50	16	Bez	All	gle	pos	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	00:51 - 00:53	3	Bez	Ans	Fra	pos	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	00:59 - 01:17	19	Bez	All	gle	pos	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:23 - 01:27	5	Bez	Lie	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:28 - 01:32	5	Bez	Näh	lie	pos	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:33 - 01:42	10	Bez	Una	Man	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:43 - 01:46	4	Bez	All	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:47 - 01:52	6	Bez	Una	Man	neg	er ist am Handy, während sie Zeit verbringen
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:53 - 01:57	5	Bez	Str	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:58	1	Bez	Str	wei	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	01:59 - 02:07	9	Bez	Str	Fra	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	02:08 - 02:12	5	Bez	Str	wei	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	02:15	1	Tre	Gew	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	02:17	1	Tre	Sac	Fra	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	02:50	1	Tre	Sac	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:13 - 03:19	7	Tre	Sac	Fra	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:24 - 03:25	2	Tre	All	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:28 - 03:30	3	Tre	Sac	Fra	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:31	1	Tre	Gew	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:33	1	Tre	Gew	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:34	1	Tre	Sac	Fra	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:36	1	Tre	Sac	Fra	neg	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:37 - 03:38	2	Tre	Gew	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:43	1	Tre	Gew	Fra	neu	
		2014	Taylor Swift	Blank Space	03:51	1	Tre	All	Fra	neu	
3	Jason Koenig	2017	Ed Sheeran	Perfect	03:41 - 03:47	7	Fri	Akt	Tan	pos	
		2017	Ed Sheeran	Perfect	03:48 - 03:54	7	Fri	Näh	lie	pos	
		2017	Ed Sheeran	Perfect	03:59 - 04:06	7	Fri	Näh	lie	pos	
		2017	Ed Sheeran	Perfect	04:09 - 04:25	27	Fri	Akt	Tan	pos	
		2017	Ed Sheeran	Perfect	04:28 - 04:37	10	Fri	Näh	lie	pos	
4	Jaume de Laiguana	2016	Shakira	Chantaje	00:05 - 00:20	16	Ken	Beg	Sup	neu	
		2016	Shakira	Chantaje	00:21 - 00:23	3	Ken	All	Man	pos	er kommt viel zu aufdringlich nah, sie findet es gut
		2016	Shakira	Chantaje	00:25 - 00:27	2	Ken	All	Man	pos	
		2016	Shakira	Chantaje	00:28 - 00:44	17	Ken	All	Fra	pos	sie nimmt ihn in einen dunklen Gang mit
		2016	Shakira	Chantaje	01:09 - 01:10	2	Ken	All	Man	neu	er beobachtet sie im Bad
		2016	Shakira	Chantaje	01:24 - 01:25	2	Ken	All	Man	neu	
		2016	Shakira	Chantaje	01:44 - 01:47	4	Ken	All	Fra	pos	sie gibt ihm Alkohol
		2016	Shakira	Chantaje	02:59	1	Ken	All	gle	pos	
		2016	Shakira	Chantaje	03:02 - 03:04	3	Ken	All	gle	pos	
5	Ray Kay	2010	Justin Bieber	Baby	00:36 - 00:39	4	Tre	All	Er	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	00:40	1	Tre	All	Man	neg	
		2010	Justin Bieber	Baby	00:41	1	Tre	All	Fra	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	00:55 - 00:59	5	Tre	All	Man	neg	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:01 - 01:04	4	Tre	All	män	neg	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:07 - 01:10	3	Tre	All	Man	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:13	1	Tre	All	Fra	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:20	1	Tre	All	män	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:22 - 01:24	3	Tre	All	män	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:27 - 01:29	3	Tre	All	män	neg	sie schwankt zwischen neutral und wütend - Gesamtbotschaft: "sie will eigentlich" trotz Nein
		2010	Justin Bieber	Baby	01:30 - 01:31	2	Tre	All	män	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:34 - 01:37	4	Tre	All	män	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	01:39	1	Tre	All	män	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	02:05 - 02:06	2	Tre	All	gle	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	02:17	1	Tre	All	Fra	neu	
		2010	Justin Bieber	Baby	02:54 - 02:56	3	Tre	All	gle	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	03:00	1	Tre	All	Man	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	03:08	1	Tre	All	gle	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	03:11 - 03:14	4	Tre	All	gle	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	03:18	1	Tre	All	Man	pos	

		2010	Justin Bieber	Baby	03:21	1	Tre	All	Man	pos	
		2010	Justin Bieber	Baby	03:24	1	Tre	All	Man	pos	sie hat die Augen immer unterwürfig zum Boden gerichtet
		2010	Justin Bieber	Baby	03:31 - 03:35	5	Tre	All	Man	pos	
6	Brad Furman	2015	Justin Bieber	What Do You Mean	00:44 - 0:52	9	Bez	All	Man	neu	Frau hat Probleme mit Nähe, er organisiert darauf eine bezahlte Entführung von ihnen beiden, die zwischendrin traumatisierend wirkt; am Ende ist sie nicht böse auf ihn
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	00:54 - 00:57	4	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	00:58	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	00:59	1	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:00 - 01:02	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:03 - 01:04	2	Bez	Näh	abl	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:05 - 01:26	22	Bez	Sex	lei	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:27 - 01:28	2	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:29	1	Bez	Sex	lei	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:30	1	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:31 - 01:32	2	Bez	Sex	lie	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:33 - 01:41	9	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:42 - 01:46	5	Bez	Sex	lei	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:47 - 01:51	4	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:52	1	Bez	Sex	lei	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	01:53 - 02:00	8	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:17	1	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:19	1	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:21	1	Bez	All	Dis	neg	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:32 - 02:33	1	Bez	Auß	Näh	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:35 - 02:38	4	Bez	Auß	Näh	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:41 - 02:44	4	Bez	Auß	Näh	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	02:49 - 03:21	32	Bez	Auß	Hel	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	03:57 - 04:00	4	Bez	Auß	Näh	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	04:12	1	Bez	Auß	Näh	pos	
		2015	Justin Bieber	What Do You Mean	04:25	1	Bez	Auß	Näh	pos	
7	Joseph Kahn	2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:05 - 00:06	2	Bez	Näh	lie	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:30 - 00:31	2	Bez	Unt	Man	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:33 - 00:35	3	Bez	Str	wei	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:38 - 00:40	3	Bez	Str	wei	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:43	1	Bez	Str	geg	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:45 - 00:47	3	Bez	Str	geg	neg	sie spukt ihm ins Gesicht
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:49 - 00:51	3	Bez	Str	män	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:53 - 00:54	2	Bez	Str	geg	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	00:56	1	Bez	Str	wei	neg	er hat was falsch gemacht, aber ihre Gewalt steht in keinem Verhältnis (wie Gewalt es nie tut)
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:00	1	Bez	All	Dis	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:03 - 01:05	2	Bez	Str	wei	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:06 - 01:07	2	Bez	Str	män	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:09	1	Bez	All	Dis	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:11 - 01:12	2	Bez	Sex	lei	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:14	1	Bez	Str	geg	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:15	1	Bez	Sex	lei	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:19 - 01:22	4	Bez	Sex	lei	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:24 - 01:25	2	Bez	Sex	lei	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:33	1	Bez	Str	män	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:34	1	Bez	Sex	lei	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:46 - 01:48	2	Ken	All	Fra	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:52 - 01:54	3	Ken	All	Fra	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	01:57 - 02:02	6	Ken	All	Fra	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:07 - 02:08	2	Ken	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:09 - 02:10	2	Ken	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:11 - 02:12	2	Bez	Ver	Man	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:15 - 02:16	2	Bez	Ver	Man	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:18 - 02:20	2	Bez	Ver	Man	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:29	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:30 - 02:31	2	Fri	Gew	Man	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:32 - 02:34	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:40 - 02:41	2	Fri	Gew	Man	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:42 - 02:44	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:46	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:47	1	Fri	Str	Fra	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:48	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:49	1	Bez	Auß	män	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:51	1	Bez	Auß	män	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	02:54 - 02:58	5	Bez	Ver	Fra	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:06 - 03:08	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:13 - 03:16	4	Bez	Näh	lie	pos	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:16 - 03:21	6	Bez	Näh	abl	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:23 - 03:32	10	Bez	All	män	neu	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:39	1	Bez	Str	män	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:41 - 03:42	2	Bez	Str	män	neg	

		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	03:44 - 03:45	2	Bez	Str	män	neg	
		2010	Eminem/Rihanna	Love The Way You Li	04:11	1	Bez	Auß	Näh	pos	
8	Unbekannt	2016	Shawn Mendes	Treat You Better	00:03 - 0:10	8	Bez	Str	ohn	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	00:11 - 00:14	4	Bez	Str	weg	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	00:22	1	Bez	All	Man	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	00:30	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	00:48	1	Bez	All	Man	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	00:55 - 00:56	2	Bez	Näh	Man	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	01:00 - 01:01	2	Bez	Näh	Man	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	01:04 - 01:06	2	Bez	Näh	Man	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	01:07 - 01:08	2	Bez	Näh	män	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	01:14 - 01:18	5	Bez	Näh	män	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:07 - 02:08	2	Bez	Näh	lie	pos	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:13 - 02:15	3	Bez	Näh	lie	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:23 - 02:25	3	Bez	All	Man	pos	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:32 - 02:35	4	Bez	All	Man	pos	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:39	1	Bez	All	Man	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:43 - 02:45	3	Bez	All	Man	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:47	1	Bez	Str	ohn	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	02:49 - 02:53	5	Bez	Str	ohn	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	03:04 - 03:09	6	Bez	Unt	Man	neu	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	03:15 - 03:21	6	Bez	Unt	Man	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	03:25 - 03:27	3	Bez	Unt	Man	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	03:31	1	Bez	Unt	Man	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	03:38 - 03:40	3	Bez	Unt	Man	neg	
		2016	Shawn Mendes	Treat You Better	04:01 - 04:07	7	Bez	Auß	män	neg	
9	Unbekannt	2013	MAGIC!	Rude	00:00 - 00:02	2	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	00:03 - 00:07	5	Bez	Akt	Mus	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	00:12	1	Bez	All	gle	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	00:26 - 00:30	5	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	00:32 - 00:35	4	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	00:37 - 00:40	4	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	00:42 - 00:43	2	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	00:47 - 00:50	4	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	00:53	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	01:47 - 01:50	4	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	01:52	1	Bez	Vat	Man	neu	
		2013	MAGIC!	Rude	02:23 - 02:26	4	Bez	Ant	Man	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	02:30 - 02:34	5	Bez	Ant	Man	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	02:49 - 02:56	8	Bez	Hoc	Elt	neg	
		2013	MAGIC!	Rude	03:14 - 03:15	2	Bez	Hoc	Tan	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	03:18	1	Bez	Hoc	Tan	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	03:24 - 03:25	2	Bez	Hoc	Tan	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	03:33	1	Bez	Hoc	Tan	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	03:35 - 03:36	2	Bez	Hoc	Tan	pos	
		2013	MAGIC!	Rude	03:38 - 03:44	7	Bez	Hoc	Tan	pos	
10	Daniel Duran	2017	Becky G/Bad Bunny	Mayores	00:28 - 00:30	2	Bez	Auß	Man	neu	sie verführt auf seinen Hinweis hin einen fremden Mann, um ihn auszurauben
		2017	Becky G/Bad Bunny	Mayores	03:02	1	Bez	Auß	gle	pos	
		2017	Becky G/Bad Bunny	Mayores	03:05	1	Bez	Auß	gle	pos	
		2017	Becky G/Bad Bunny	Mayores	03:07 - 03:09	3	Bez	Auß	Man	pos	
		2017	Becky G/Bad Bunny	Mayores	03:13 - 03:15	3	Bez	Auß	gle	pos	
		2017	Becky G/Bad Bunny	Mayores	03:19 - 03:24	5	Bez	Auß	gle	pos	
11	Dave Meyers	2013	John Legend	All Of Me	00:00 - 00:10	10	Bez	Ans	Man	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	00:21 - 00:23	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	00:24 - 00:27	4	Bez	Akt	Boo	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	00:30 - 00:32	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	00:34 - 00:40	7	Bez	Tro	Man	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	00:43 - 00:44	2	Bez	Ans	geg	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	00:48 - 00:49	2	Bez	All	Man	neg	
		2013	John Legend	All Of Me	00:55 - 01:01	7	Bez	All	Man	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	01:11 - 01:15	5	Bez	Ans	Man	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	01:37 - 01:42	6	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	01:43 - 01:45	3	Bez	Ans	Man	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	01:59 - 02:03	5	Bez	All	gle	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	02:08 - 02:09	2	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	02:10 - 02:13	4	Bez	Ans	Man	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	02:14 - 01:19	6	Bez	Näh	lie	pos	sie küssen sich
		2013	John Legend	All Of Me	02:34 - 02:49	16	Bez	All	Fra	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	02:52 - 02:54	2	Bez	All	Fra	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	03:11 - 03:13	3	Bez	All	Fra	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	03:23 - 03:28	6	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	03:35 - 03:40	6	Bez	All	Fra	neu	
		2013	John Legend	All Of Me	03:41 - 03:48	8	Bez	Una	Man	neg	
		2013	John Legend	All Of Me	03:56 - 04:15	20	Bez	Näh	lie	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	04:26 - 04:30	5	Bez	Lie	Man	pos	
		2013	John Legend	All Of Me	04:31 - 04:38	8	Bez	Näh	lie	pos	sie weint vor Glück
		2013	John Legend	All Of Me	04:40 - 05:02	23	Realaufnahme Hochzeit				
12	Unbekannt	2017	Camilla Cabello	Havana	05:45 - 05:48	4	Ken	Beg	Miss	pos	
		2017	Camilla Cabello	Havana	05:51 - 05:57	7	Ken	All	Fra	pos	
		2017	Camilla Cabello	Havana	05:58 - 06:16	19	Ken	All	Man	pos	er startet den Tanz
13	Unbekannt	2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:00 - 00:04	1	Bez	Str	ohn	neu	

		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:05 - 00:09	5	Bez	Str	weg	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:34 - 00:36	3	Bez	Str	ohn	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:38	1	Bez	Str	ohn	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:39	1	Bez	Str	weg	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:40	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:49	1	Bez	Str	wei	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:50	1	Bez	Näh	lie	pos	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:51 - 00:54	4	Bez	Str	wei	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	00:57	1	Bez	Str	wei	neu	sie ist gewalttätig und lacht ihn dann aus
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:00 - 01:01	2	Bez	Str	wei	neg	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:17	1	Bez	Sch	Man	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:21 - 01:23	3	Bez	Sch	Man	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:25 - 01:27	3	Bez	Sch	Man	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:34 - 01:37	4	Bez	Sch	Man	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:46 - 01:49	4	Bez	Sch	Man	neg	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	01:51 - 01:54	4	Bez	Sch	Man	neg	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:00 - 02:02	3	Bez	All	Fra	pos	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:06 - 02:08	3	Bez	Näh	lie	pos	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:23 - 02:30	8	Bez	All	Dis	neg	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:36	1	Bez	Ans	Fra	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:39 - 02:43	5	Bez	All	Fra	pos	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:44 - 02:47	4	Bez	Sch	Fra	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:52 - 02:56	5	Bez	Sch	Fra	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	02:59 - 03:00	2	Bez	Sch	Fra	neu	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	03:03 - 03:06	4	Bez	Sch	Fra	pos	
		2014	J. Balvin	Ay Vamos	03:33 - 03:49	17	Bez	Näh	lie	pos	
14	Ethan Lander	2016	CNCO	Reggaeton Lento	01:05 - 01:08	4	Ken	Beg	Miss	pos	
		2016	CNCO	Reggaeton Lento	01:12	1	Ken	Beg	Miss	pos	
		2016	CNCO	Reggaeton Lento	01:19 - 01:24	6	Ken	All	Fra	pos	beim Bowlen trifft sie alle Kegel, er bewundert sie
		2016	CNCO	Reggaeton Lento	01:27 - 01:31	4	Ken	All	Fra	pos	
15	Nabil Elderkin	2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	00:04 - 00:14	11	Bez	All	Man	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	00:38 - 00:39	1	Bez	Lie	Man	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	00:42 - 00:48	7	Bez	Lie	Man	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	00:50 - 00:54	5	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	00:57 - 01:04	8	Bez	Lie	Man	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	01:03 - 01:13	11	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	01:23 - 01:25	3	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	01:30 - 01:32	3	Bez	Ans	geg	pos	sie ist unsicher, aber er gibt ihr Bestätigung (ihr Äußeres betreffend)
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	01:34	1	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	01:38 - 01:45	8	Bez	All	Fra	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	01:52 - 01:58	7	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	02:26 - 02:27	2	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	02:31 - 02:33	3	Bez	Ans	Man	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	02:50 - 02:51	2	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	03:01 - 03:05	5	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	03:09	1	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	03:13 - 03:30	18	Bez	Lie	Man	pos	er spielt für sie Klavier
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	03:31 - 03:33	3	Bez	Ans	geg	pos	
		2010	Bruno Mars	Just The Way You Are	03:34 - 03:48	15	Bez	Lie	Man	pos	