

Michaela Krützen

Madonna ist Marilyn ist Marlene ist Evita ist Diana ist Mummy ist Cowgirl ist – Madonna

»She's fantastic. I knew she'd be a star.« Im Projektionsraum eines Filmstudios sieht sich ein Produzent die Muster an, die noch ungeschnittenen Filmaufnahmen des gestrigen Tags: Eine sehr blonde Frau tanzt in einem sehr engen Kleid durch eine leuchtend rote Studiodekoration. Während der Produzent das Geschehen auf der Leinwand reigungslos beobachtet, redet ein neben ihm sitzender Agent auf ihn ein: Die Tänzerin sei fantastisch, großartig, *der* kommende Star. Der Produzent schaut den Agenten noch nicht einmal an, als er antwortet: »I want to meet her.« Eilfertig wird ihm versichert, dass er die junge Frau jederzeit treffen könne. Der mächtige Mann zieht ruhig an seiner Zigarre und macht mit einem Wort seinen Terminwunsch klar: »Now.« Nach diesem 32 Sekunden langen Prolog setzt das Lied *Material Girl* ein. In dem dazugehörigen Clip wird Madonna als eine umschwärmte Filmschauspielerin in Szene gesetzt. *Der Star Madonna spielt einen Star.* Diese Dopplung ist bezeichnend. Madonna greift schon zu Beginn ihrer Karriere auf eine für sie typische imagebildende Technik zurück: In ihren Musikclips nutzt sie das Image berühmter Frauen und kombiniert es mit ihrem eigenen. Wie dieses Kombinations-

prinzip funktioniert, lässt sich am Beispiel von *Material Girl* (1984) und *Don't cry for me Argentina* (1997) erklären. Wie es variiert wird, kann am Beispiel von fünf weiteren Clips aus der fast 20-jährigen Karriere des Stars aufgezeigt werden: Wen zitiert Madonna in *Express Yourself* (1989), *Vogue* (1990) und *Substitute for Love* (1998)? Worauf spielt sie in *Music* (2000) und *Don't tell me* (2001) an?

1. Material Girl

Nachdem der Produzent den Wunsch geäußert hat, die junge Frau kennen zu lernen, sehen wir sie nach Drehschluss auf dem Set. Ein Verehrer überreicht ihr ein Päckchen, das sie achtlos entgegennimmt. Gleichgültig spricht sie in der nächsten Sequenz von diesem Geschenk. »He thinks he can impress me by giving me expensive gifts«, erzählt sie einer Freundin am Telefon. Zufällig hat der Produzent das Gespräch mit angehört. Daraufhin wirft er sein Päckchen in einen Papierkorb. Offenbar wird er diese junge Frau nicht mit materiellen Gütern beeindrucken können. Direkt nach der Erkenntnis des Produzenten setzt der Gesang ein. Der Star, den Madonna verkörpert, steht mit zahlreichen Herren im Frack auf einer Bühne; sie singt und tanzt. Somit machen die ersten 60 Sekunden des Clips – mehr Zeit ist noch nicht vergangen – bereits deutlich, dass das Geschehen auf zwei Ebenen anzusiedeln ist. *Material Girl* ist ein Film im Film, ein Clip im Clip. Madonna spielt einen Star, der zum einen als Sängerin in einem Film zu sehen ist, zum anderen in seiner Freizeit.¹

1 Vgl. Nicoläa Grigat: Madonnabilder. Dekonstruktive Ästhetik in den Videobildern Madonnas, Frankfurt a. M./Bern u. a. 1996, S. 17–26.



Material Girl, 1985

Der Clip im Clip setzt den Text des Lieds in Szene: Das *material girl* wendet sich nur den Männern zu, die sie verwöhnen. Die Papierherzen, die ihr als Symbole der Liebe entgegengehalten werden, interessieren die junge Frau nicht. Stattdessen greift sie gierig nach den Diamantarmbändern, zerrt regelrecht an ihnen. Sie singt von teuren Geschenken, die jeder Liebeserklärung vorzuziehen seien: »Some boys kiss me, some boys hug me, I think they're o.k. If they don't give me proper credit – I just walk away.«

Die Rahmenhandlung, die den verwöhnten Star in seiner Freizeit zeigt, erzählt das genaue Gegenteil dieses Liedtexts: Die Schauspielerin interessiert sich nach getaner Arbeit nicht für teure Geschenke. Der Verehrer, der ihr Diamanten überreicht hat, scheitert. Ihn weist sie trotz seines teuren Sportwagens ab. Der kluge Produzent hingegen, der sich als armer Mann ausgibt, erweckt ihr Interesse mit einem kleinen, scheinbar selbst gepflückten Blumenstrauß. Lächelnd akzeptiert sie die Margeriten. Der Millionär kauft daraufhin ein schäbiges Auto und holt sie damit von der Arbeit ab. Mit Erfolg: Im Schlussbild küsst der Produzent den Star.

Sieht man die beiden Erzählebenen des Clips getrennt, so lässt sich der Bühnenauftritt einfach zusammenfassen: Nicht die Liebe zählt, sondern materielle Werte – »cold hard cash«, wie es im Song heißt. Überspitzt könnte man sogar

sagen: Frauen suchen sich Männer nach deren finanziellem Status aus; sie wollen vor allem Geld. So weit, so eindeutig. Was aber erzählt die andere Ebene? Hier wird eine erfolgreiche Schauspielerin gezeigt, für die Romantik Priorität hat. Frauen – so ließe sich wieder verallgemeinern – hoffen auf die große Liebe.

Zwischen den Aussagen der beiden Erzählebenen ergibt sich ein Widerspruch, der zunächst nicht auflösbar scheint: Was ist entscheidend – Geld oder Liebe? Diese Frage lässt sich durch einen Rückgriff auf die Struktur des Clips beantworten: In *Material Girl* stellt Madonna eine romantische Frau dar, die eine geldgierige Frau spielt. Ähnliche Konstellationen lassen sich im so genannten *backstage musical* ausmachen. In dem Musical *Singin' in the Rain* mimt die Stummfilmschauspielerin Lina Lamont auf der Leinwand eine elegante Dame. Im Privatleben aber ist sie eine ordinäre Person, die nicht einen Satz korrekt aussprechen kann. Sieht man das Musical im Ganzen, so wird das, was die Filmebene innerhalb des Films erzählt, die Binnenhandlung, als unwahr eingestuft: Lina Lamont gibt nur vor, eine Dame zu sein. Die private Seite gilt bei einem Film im Film als authentisch für die Figur.² Dementsprechend könnte der Clip *Material Girl* bedeuten: Frauen mögen zwar behaupten, Geld sei ihnen wichtig, in Wahrheit aber sehnen sie sich nach Liebe. Diese erste Interpretation scheint eindeutig, doch berücksichtigt sie nicht die Besetzung des Clips mit Madonna. Welchen Einfluss hat es auf die Aussage des Clips, dass sie die Hauptrolle spielt? In welchem Verhältnis steht ihr Image zu dem Clip *Material Girl*?

2 Vgl. dazu die Analyse der Blickstrategie in *Material Girl*, die E. Ann Kaplan schon 1987 vorgelegt hat. Ann Kaplan: *Rocking around the clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture*, London/New York 1987.

Das Image eines Stars ist die »Gesamtheit aller Vorstellungen, Erwartungen, Ideen und Gefühle«³, die mit ihm verbunden werden. Madonnas Image ist die Summe aller über sie (öffentlich) zirkulierenden Informationen. Dabei ist ohne Bedeutung, ob die dem Star zugeschriebenen Eigenschaften tatsächlich der »Person« Madonna Louise Veronica Ciccone entsprechen. In die Untersuchung eingebracht werden kann nicht die Person, sondern nur das Image, da ein Star nicht außerhalb seines Images betrachtet werden kann: Jede neue, womöglich als einzigartig angekündigte »Aufdeckung« bezieht ihren Sensationswert aus dem bislang zirkulierenden Wissen und geht nach der Veröffentlichung in dieses ein. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit einem Star offenbart nichts über die private Person, sondern strukturiert und interpretiert das Bild des Stars in der Öffentlichkeit und wird – sofern rezipiert – schließlich selber Teil des Images.

Das Wissen, aus dem sich das Image zusammensetzt, umfasst filmische und außerfilmische Elemente: Zum öffentlichen Bild von Madonna gehören ihre Musikclips und ihre Filmrollen sowie die gesamte sie betreffende Berichterstattung in Wort und Bild, zum Beispiel Kritiken, Biographien, Fotos aller Art oder Aussagen in Interviews.⁴ Dabei spielt es keine Rolle, ob Madonnas Antworten korrekt wiedergegeben werden oder ob die Anekdoten wahr sind. Entscheidend für die Analyse des Images ist nur, dass bestimmte Elemente immer wieder aufgegriffen werden. Um *Material Girl* deuten zu können, muss herausgearbeitet werden, welche zentralen Stareigenschaften Madonna zugeschrieben werden.⁵

3 Alphons Silbermann: Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung. Berlin (BRD) 1982, S. 175.

4 Vgl. Richard Dyer: *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*, London 1987, S. 3; Richard Dyer: *Stars*. London 1986.

5 Vgl. Michaela Krützen: Hans Albers. Eine deutsche Karriere, Weinheim 1995, S. 98–111.

Schon Mitte der achtziger Jahre war die Sängerin bekannt für ihren Geschäftssinn und galt als ausgesprochen ehrgeizig, als *material girl*.⁶ Das Image Madonnas entsprach demnach dem Text ihres Songs und damit der Bildebene des Clip im Clip. Es stand aber in genauem Widerspruch zu der Gesamtaussage von *Material Girl*, die sich aus der Verknüpfung beider Bildebenen ergibt. Diese gleichzeitige Übereinstimmung und Abweichung der Aussage des Clips vom Image des Stars eröffnet eine zweite und dritte Möglichkeit der Interpretation.

Auf der einen Seite könnte der Clip eine Absage an das bisherige Bild Madonnas sein, das in der Öffentlichkeit kursierte. Träumt die »berechnende Madonna« in Wahrheit von großen Gefühlen? Sucht sie die wahre Liebe? Auf der anderen Seite lässt sich *Material Girl* aber auch als eine Bestätigung ihres Images deuten: Könnte der Star im Clip das Spiel des Produzenten nicht durchschaut haben? Immerhin spielt sie die Hauptrolle in einem Film, für den der Produzent verantwortlich ist. Weiß sie nicht schon von vornherein, wer er ist? Tatsächlich ist ihr Lächeln am Ende der Geschichte ausgesprochen triumphierend, und sie nimmt eine betont damenhafte Pose ein, als sie sich in den alten Laster setzt. Vielleicht hat sie die Rolle der Romantikerin ja nur gespielt? Ist sie nicht Schauspielerin von Beruf? Der Clip wäre dann ein doppeltes Spiel: Die geldgierige Frau gibt vor, nicht zu wissen, dass der Millionär nur vorgibt, ein armer Mann zu sein. Sie verbirgt ihre wahren Interessen und erreicht genau deshalb ihr Ziel.

Dieses doppelte Spiel würde mit dem damaligen Image Madonnas übereinstimmen, die mit einem Gürtel posierte, auf dem *boy toy* stand:

6 Bella Madonna: *The Hot New Look of Female Rock*. In: *Company* (UK), Juni 1985. Zitiert nach Mark Bego: *Madonna. Who's That Girl*, St. Andrä-Wörtern 1992, S. 118.

Wahrscheinlich meinen die Leute, dass ich damit so etwas wie »spiel mit mir« sagen will, oder »ich bin für jeden zu haben«. Dabei ist es doch eine ironische Aussage, die genau das Gegenteil meint.⁷

Ist dementsprechend auch der Clip *Material Girl* eine »ironische Aussage, die genau das Gegenteil meint«? Diese Frage kann nicht mit Sicherheit beantwortet werden. Mit Sicherheit lässt sich nur sagen, dass die Einbeziehung des Images von Madonna zu zwei weiteren, einander widersprechenden Lesarten führt. Doch ist die Vielfalt möglicher Bedeutungen mit Bezug auf das Image Madonnas noch nicht ausgeschöpft. Eine weitere Interpretation ergibt sich aus der Tatsache, dass die Bühnenebene des Clips eine Musicalnummer variiert. Die Ausstattung, das Kostüm und die Choreographie von *Material Girl* ahmen fast perfekt die Inszenierung von *Diamonds are a Girl's Best Friend* nach.

In der 1953 produzierten Komödie *Blondinen bevorzugt* spielt Marilyn Monroe die ebenso blonde wie einfältige Sängerin Lorelei Lee, die einen Mann tatsächlich nur nach seinem Bankkonto beurteilt. Lorelei singt von teuren Geschenken, die jeder Liebeserklärung vorzuziehen seien: »The french are glad to die for love. Their delight is fighting duels. But I prefer a man who lives – and gives expensive jewels.« Das Lied *Diamonds are a Girl's Best Friend* entspricht somit nicht nur in seiner Gestaltung, sondern auch inhaltlich einer Ebene des Madonna-Clips: dem Clip im Clip. Lorelei ist die perfekte Verkörperung des *material girls*, das Madonna in ihrem Lied besingt.

Damit steht *Blondinen bevorzugt* im Gegensatz zu den so genannten *gold digger*-Filmen, in denen die geschäftstüchtige Frau am Ende doch ihrem Herzen folgt. Marilyn Mon-

⁷ Madonna Superstar. Photographien, München 1988, S. 18.



Blondinen bevorzugt, 1953

roe selbst hat direkt nach *Blondinen bevorzugt* eine solche Figur gespielt: In *Wie angelt man sich einen Millionär* sucht das Fotomodell Pola einen gut aussehenden, reichen Mann. Sie heiratet aber schließlich einen hochverschuldeten Brillenträger, der sich vor der Steuerfahndung verbergen muss. Marilyn Monroes Rollen aus dem Jahre 1953 – Lorelei und Pola – entsprechen folglich den beiden einander widersprechenden Interpretationslinien von *Material Girl*. Lorelei will wirklich nur Geld, und Pola sucht insgeheim doch die große Liebe. Sieht man Madonnas Rolle im Kontext der Figur Lorelei, so erzählt der Clip von einem raffinierten *material girl*. Sieht man sie im Kontext der Figur Pola, so spielt Madonna eine Frau, die nur vorgibt, ein *material girl* zu sein. Zum dritten Mal zeigt sich, dass der Clip auf zwei ver-

schiedene Arten gelesen werden kann. Die Rollen eröffnen aber noch einen weiteren Kontext, der für die Interpretation nutzbringend ist: Sie verweisen auf den Star, der sie spielte. *Material Girl* kann auch in Zusammenhang mit dem Mythos ›Marilyn‹ gedeutet werden.

Das Image des Stars Marilyn Monroe hat sich nach ihrem Tod verändert. Galt sie zu Lebzeiten als Sexsymbol, so verkörpert sie heute darüber hinaus das Star-Sein an sich, ist gewissermaßen zum Inbegriff des Filmstars geworden. Eine solche Verallgemeinerung ist ein Charakteristikum des modernen Mythos – Monroe ist nach ihrem Tod zu einer mythischen Figur geworden. Ein Mythos ist kein Objekt, sondern eine Aussage.⁸ Daher kann alles,

wovon ein Diskurs Rechenschaft ablegen kann, Mythos werden. Der Mythos wird nicht durch das Objekt seiner Botschaft definiert, sondern durch die Art und Weise, wie er diese ausspricht.⁹

Stars wie Marilyn Monroe, James Dean oder Elvis Presley sind Mythen durch die Art und Weise, wie über sie gesprochen wird. Für sie gilt auch ein weiteres Charakteristikum des modernen Mythos – die Vieldeutigkeit. Ein Mythos bietet die Möglichkeit zu verschiedenen Interpretationen. Er zeigt, wie Joseph Campbell formuliert, »jedem Interpreten, je nach dessen Standort ein anderes Gesicht«.¹⁰ Diese Offenheit lässt sich vor allem am Mythos Marilyn zeigen: Sie »erwies sich als ein nützlicher Prüfstein in fast jeder Art von Auseinandersetzung«¹¹, etwa über

8 Roland Barthes: *Mythen des Alltags*, Frankfurt a. M. 1964, S. 85.

9 Ebd.

10 Joseph Campbell: *Der Heros in tausend Gestalten*, Frankfurt a. M. 1978, S. 366.

11 Joe Hembus: *Marilyn Monroe: Die Frau des Jahrhunderts*, München 1973, S. 11.

Wert oder Unwert des kommerziellen Hollywood, des intellektuellen New York, der Presse, der Psychiatrie, der Religion, des kultivierten Europas, des barbarischen Amerika, der Emanzipation, des männlichen Chauvinismus.¹²

Für die Interpretation von *Material Girl* ist nun entscheidend, dass Marilyn vielfach als Opfer gesehen wird. Sie sei zwar reich und erfolgreich gewesen, aber unglücklich. Es heißt, dass alle ihre Liebesbeziehungen scheiterten und dass ihre Arbeit fremdbestimmt war. In der heutigen Rezeption wird außerdem die Tatsache hervorgehoben, dass sie zum Objekt männlicher Begierde wurde, ohne sich dagegen wehren zu können. Sie habe zwar Karriere gemacht, aber immer nur nach der wahren Liebe gesucht.¹³ Damit ist ›Marilyn‹ alles andere als ein *material girl*.

Ausgehend von dieser Interpretation kann das Image Marilyn als das Gegenteil der Figur Lorelei Lee gelesen werden, die das Begehren der Männer für ihre Zwecke einsetzt. Lorelei ist ganz sicher kein Opfer. Auch das Image Madonnas unterscheidet sich in diesem Punkt radikal vom Mythos Marilyn: Sie gilt als selbstbestimmt und stark.¹⁴ Monroes Image hingegen zeichnet sie als

unsicher, depressiv und von passiver Aggressivität (...) Madonna ist manisch, perfektionistisch, arbeitssüchtig. Monroe schluckte Alkohol und Drogen, wohingegen Madonna beidem aus dem Weg geht.¹⁵

12 Ebd.

13 Norman Mailer: *Marilyn Monroe. Eine Biographie*, München 1973, S. 299–352; vgl. Norman Mailer: *Ich, Marilyn M. Meine Autobiographie*, München 1981.

14 Vgl. Debbi Voller: *Madonna. Die illustrierte Biographie*, Rastatt 1990, S. 58.

15 *Madonna Megastar. Photographien 1988–1993*, München 1994, S. 10.

Zum Zeitpunkt ihres Todes soll die 36-jährige Marilyn zweifelt gewesen sein. Ihre Karriere neigte sich dem Ende zu. Gerade war sie aus einer laufenden Filmproduktion entlassen worden. Ihr Alter hätte ihr auch keine weiteren Auftritte mehr als ›Sexbombe‹ im Stil der 50er und 60er Jahre erlaubt. Madonna hingegen kann im Jahre 2002 ihren 44. Geburtstag feiern und auf eines der erfolgreichsten Jahre ihrer langen Karriere zurückblicken. Marilyn, so heißt es weiter, wurde finanziell ausgebeutet, Madonna hingegen geht selbstbewusst mit ihrem Geld um und gilt als hervorragende Geschäftsfrau. Der Filmstar habe unter ihren Liebhabern gelitten, die sie nur ausgenutzt hätten. Der Sängerin wird nachgesagt, sie benutze Männer für ihre Karriere, zu ihrem Amusement oder als Samenspender.¹⁶ Madonna wird »als Marilyn der Achtziger gefeiert: Im Gegensatz zu ihrem Vorbild aus Hollywood spielt Madonna nur das Sexobjekt und behält ansonsten die Fäden fest in der Hand.«¹⁷ In Interviews grenzt Madonna sich immer wieder von Marilyn Monroe ab: Sie »war ein Opfer. Das bin ich nicht. Deshalb kann man uns nicht miteinander vergleichen.«¹⁸ Offenbar sind die Images von Marilyn und Madonna in diesem Punkt diametral entgegengesetzt.

Damit ergibt sich eine widersprüchliche Situation: Madonna erklärt, ganz anders als Marilyn zu sein, lässt sich aber 1986, im Jahr nach *Material Girl*, für das LIFE-Magazine in deren berühmtesten Posen ablichten. Welchen Punkt ihres Images spricht sie mit diesen Fotos und mit dem Video zu *Material Girl* an? Die Anleihe, die Madonna bei Marilyn macht, be-

16 Vgl. Christopher Andersen: Madonna – unverhüllt, München 1991, S. 262.

17 Esquire 11/85, S. 42.

18 Mick St. Michael: Madonna. Selbstbekenntnisse, München, 1991, S. 126.

zieht sich ausschließlich auf deren erotische Ausstrahlung. Sie posiert Mitte der achtziger Jahre mit wasserstoffblondem Haar, halbgeschlossenen Augen und rot geschminktem, leicht geöffnetem Mund. Noch sind ihre Formen weich und ihr Körper ist – um es in der Sprache der Bodybuilder auszudrücken – noch keineswegs ›trocken‹. Madonna übernimmt in dieser Phase ihrer Karriere Marylins Erscheinungsbild, grenzt sich aber ansonsten von deren Image ab.¹⁹

Dass Madonna ihren Körper Ende der achtziger Jahre konsequent umgestaltet und ihn durch hartes Training in den einer muskulösen Sportlerin verwandelt, kommt nicht von ungefähr. Schlüsselbegriff ihrer Abgrenzung von Marilyn ist Stärke. »Stärke und Weiblichkeit schließen sich nicht aus. Das ist meine Botschaft. Ich bin keine Feministin, aber meine Kunst ist feministisch.«²⁰ Madonna mag ein Objekt sexueller Phantasien sein, aber ihr Image ist nicht das eines Sexobjekts. Ihr gelingt eine Kombination von Erotik und Emanzipation – damit wird das Bild der begehrten Frau neu gezeichnet. Kulturkritikerin Camille Paglia feiert sie als neofeministischen Star:

Madonna, die für Millionen von Mädchen überall auf der Welt ein Rollenvorbild verkörpert, hat durch die Wiederherstellung der weiblichen Herrschaft über das Reich der Sexualität die Gebrechen des Feminismus geheilt.²¹

Der Journalist Siegfried Schober hingegen hält das Zitieren Marylins für ein Kalkül, das nicht aufgeht:

19 Vgl. Ruth Rustemeyer: Geschlechtsspezifische Rollen bei Medienstars. In: Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung. Hg. v. Werner Faulstich u. Helmut Korte, München 1997, S. 110f.

20 Esquire 11/85, S. 45.

21 Camille Paglia: Venus der Ätherwellen. In: Madonna Megastar (wie Anm. 15), S. 11.

Madonna als Monroe. Das ist eine hübsche, satte Ohrfeige, die einem das romantische Glotzen wegputzt. Eine Sex-Madonna, die wie von einem Eishauch überzogen ist. Die heizt nicht auf, die lehrt einen das erotische Frösteln.²²

Paglias und Schobers Deutungen zeigen: Der Rückgriff auf den Mythos ›Marilyn‹ hat Madonnas Image nicht verengt, sondern anschlussfähig für vielfältige Interpretationen gemacht. Gerade die Spannung zwischen Hymnen und Verrissen ist produktiv für ein Image, das nur dadurch zerstört werden kann, dass nicht mehr über den Star gesprochen wird. Nicht die Aufdeckung, sondern das Schweigen führt zur Destruktion eines Images.

Das Zitat ist eine Möglichkeit, den Diskurs über einen Star immer wieder neu zu beleben, denn es provoziert Stellungnahmen. Ausgehend von *Material Girl* wird somit ein Prinzip in Madonnas Arbeiten erkennbar – das Spiel mit einzelnen Elementen eines bereits bestehenden Images. Die Sängerin zitiert berühmte Frauen und erweitert so ihr Image um deren zentrale Stareigenschaften: Madonna ist Marilyn. Gleichzeitig grenzt sie sich von einigen Komponenten des Images ab: Madonna ist das genaue Gegenteil von Marilyn. Die imagebildende Technik Madonnas ist demnach ein Spiel mit Zitaten und Abgrenzungen.

2. Von Marilyn zu Diana

Seit *Material Girl* hat Madonna Hunderte von Outfits getragen. Sie erschien als Tänzerin in einer Peepshow, wie Lola in *Der Blaue Engel* rücklings auf einem Stuhle sit-

22 Stern, 15. 1. 1987.

zend. Sie trat auf in Frack und Zylinder, wie Amy Joly in *Marocco* mit Frauen flirtend.²³ Madonna spielte eine Gläubige, die sich in eine Kirche flüchtet.²⁴ Sie kostümierte sich als Domina, die in das Hotel ihrer Träume zieht, trug ein Clockwork-Orange-Outfit oder einen Lack-Overall. Sie mimte Carmen oder verkörperte Marie Antoinette, war in einem Jahr als Shiva und als Geisha zu bewundern.²⁵

Diese Form des Rollenspiels gilt als typisch für Musikclips. Ulrike Bergermann ist bei ihren Recherchen auf Begriffe wie ›gegenseitiges Sichaufessen‹, ›cultural bricolage‹, ›Megalöschblatt‹ oder ›appropriation‹ gestoßen.²⁶ Musikclips sind, so formuliert es Jody Berland, »a particular mode of cultural cannibalization«.²⁷ Nicolaa Grigat spricht sogar von visuellen Plünderungen.²⁸ Musikclips vereinnahmen Elemente aus allen Kulturen und aus allen Bildmedien. Sie greifen auf die Malerei, die Fotografie, den Film und das Fernsehen zurück. Madonnas Arbeiten bieten vielfältige Belege für diese Beobachtung. Drei Videos der Jahre 1989 bis 1998 seien als Beispiele herausgegriffen.²⁹

23 Vgl. Richard Curry: Madonna from Marilyn to Marlene – Parody or pastiche? In: Journal of Film and Video 42 (1990), Heft 2, S. 15–30.

24 Vgl. dazu Susan McClary: Living to Tell. Madonna's Resurrection of the Fleshy. In: Dies.: Feminine Endings. Music, Gender, and Sexuality, Minnesota/London 1991, S. 148–166.

25 Vgl. dazu Irmgard Schultz: Madonna – das ewige und das wirkliche Idol. In: Reflexionen vor dem Spiegel. Hg. von Farideh Akashe-Böhme, Frankfurt a. M. 1992, S. 91–111.

26 Ulrike Bergermann: Vogue. Fotografie und Bewegung im Musikvideo. In: Fotogeschichte. Beiträge zur Geschichte und Ästhetik der Fotografie, 17. Jg. (1997), Heft 64, S. 46.

27 Jody Berland: Sound, Image and Social Space: Music Video and Media Reconstruction. In: SoundAndVision. The Music Video Reader. Hg. v. Simon Frith u. a., London/New York 1993, S. 37.

28 Grigat (wie Anm. 1), S. 62.

29 Vgl. <http://members.tripod.com/~kcaulfield/madvid3.html>, 1. 3. 2002.

Express Yourself

Eine elegante Dame lebt in einem exklusiven Appartement mit großen Fenstern. Sie scheint dennoch kein *material girl* zu sein: »You don't need diamond rings or eighteen carat gold. Fancy cars that go very fast you know they never last no, no.« Während die reiche Frau in teuren Roben und luxuriöser Umgebung posiert, arbeiten halb nackte und ölverschmierte Männer in einer düsteren Unterwelt. Bei ständigem Regen absolvieren sie ein militärisches Trainingsprogramm und bedienen schwere Maschinen.

Mit dieser Dekoration zitiert das Video *Express Yourself* Fritz Langs Stummfilm *Metropolis* aus dem Jahre 1926. Madonna hat in dem Clip aber nicht, wie man vermuten könnte, die Rolle der Maria übernommen, die im Original von Brigitte Helm gespielt wurde. Sie ist weder Befreierin noch Aufrührerin. Stattdessen wird für sie eine neue Figur eingeführt, die Geliebte eines reichen Mannes, der eine Art Herrscher in der Stadt ist. Als solche erscheint sie in zahlreichen Kostümen: im Abendkleid, mit Monokel und Hosenanzug, in durchsichtiger Spitzenbluse und nackt in Ketten. Sie steht in Räumen, die an die Bilder von Tamara de Lempicka erinnern. Sie kriecht auf allen vieren und trinkt Milch aus einer am Boden stehenden Schüssel. Sie tanzt im Nadelstreifenanzug und greift sich zwischen die Beine, wie Michael Jackson es bei seinen Choreographien tut. Zitate über Zitate – doch stehen diese in keinem Bezug zu *Metropolis*. Dort gibt es weder Katzen noch Tänzer. Wie ist das Verhältnis des Stummfilms zu Madonnas Clip? Was ist das Besondere an Madonnas *Metropolis*?

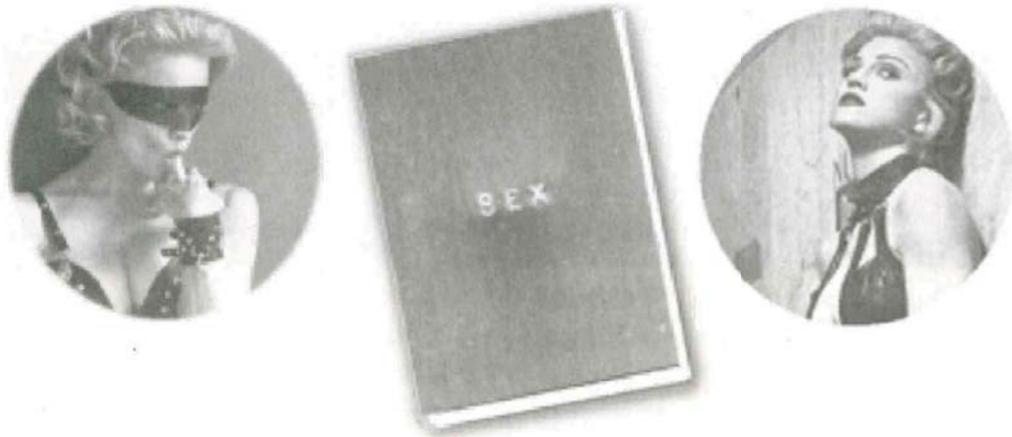
Express Yourself greift die Idee einer Unterwelt der Arbeiter auf. Der Clip zeigt außerdem Elemente des Dekors und der Ausstattung von *Metropolis*, stellt diese aber in einen völlig neuen Kontext. Zwar handelt auch *Express Yourself* – wie der Spielfilm – von Unterdrückung, doch wird die Ausbeu-



Express Yourself, 1989

tung der Männer und die Gefangenschaft der Frau nicht als soziales Problem gesehen. In *Express Yourself* geht es – anders als in *Metropolis* – nicht um einen Klassengegensatz. Unterdrückung und Gefangenschaft werden stattdessen erotisiert. Die schweren Ketten, die Madonna trägt, erscheinen wie sadomasochistisches Spielzeug. Diese erotische Aufladung der filmischen Situation fügt sich in ihr Image Ende der achtziger Jahre ein, das stark von der Komponente Sexualität geprägt war. Auch in anderen Videos, insbesondere in *Human Nature* und *Justify in Love*, spielt Madonna auf sadomasochistische Praktiken an, setzt Peitschen, Fesseln, Lack und Leder in Szene. In zahlreichen Interviews dieser Zeit spricht sie vom Recht auf sexuelle Selbstbestimmung. *Express Yourself* ist also, wie *Material Girl*, ein partielles Zitat, ein Spiel mit Imageelementen des Originals, die in den Kontext von Madonnas Image gestellt werden können. Diese Elemente werden außerdem mit anderen Zitaten kombiniert, so dass sich von einer De- und Rekontextualisierung historischer Bilder und Stile sprechen lässt.³⁰ Diese De- und Rekontextualisierung eröffnet erneut die Möglichkeit zu unterschiedlichen, gar widersprüchlichen Interpretationen. *Express Yourself* kann zum einen als patriarchale Phantasie

³⁰ Bergermann (wie Anm. 26), S. 46.



verstanden werden: Madonna erscheint als stets verfügbare Gespielin; sie wird vom Herrscher der Stadt als Sklavin gehalten. Dieser Interpretation entspricht das Bild der nackten Frau in Ketten.

Ausgehend vom Bild der Monokel tragenden Frau im Nadelstreifenanzug ist jedoch noch eine zweite Lesart möglich. In diesem Outfit erscheint Madonna als »Teutonic dominatrix«³¹ vor einer rauchenden Maschine.

She rips open her jacket to reveal her breasts and to disclose that male image is just another social construction, a subject position that anyone can occupy. (...) This deconstructive reading suggests *Express Yourself* puts on display the artificiality of images of gender and suggests that individuals can choose their own images and self-constructions.³²

31 Carolyn Lea: Madonna: Transgression and Reinscription. In: Mediated Women. Representations in Popular Culture. Hg. v. Marian Meyres, Cresskill N. J. 1999, S. 210.

32 Douglas Kellner: Madonna, fashion, and image. In: Ders.: Media Culture: Cultural Studies, identity and the politics between the modern and the postmodern, London/New York 1995, S. 279.

Die von Madonna gespielte Figur ist zugleich Sklavin und Herrscherin, Unterdrückte und Befreite. Die Kombination dieser widersprüchlichen Elemente ist produktiv für Madonnas Image: Obschon Bilder der Unterwerfung zu sehen sind, kann sie als selbstbestimmt verstanden werden. Obschon sie in Ketten liegt, kann sie fordern: »Express yourself!«

Vogue

Eine schwarzweiße Welt, eine Welt der Posen und der Hochglanzfotografie. Das Video »handelt davon, wie ein ›Image‹ entsteht, das heißt, wie ein Portrait, ein Modefoto oder ein Filmstill arrangiert wird.«³³ Zu sehen ist Madonna mit langem blonden Haar, auf einen Spiegel aufgestützt – nachgestellt wird ein Portrait des Filmstars Veronika Lake. Madonnas Rücken in einem Mainbocher-Korsett – nachgestellt wird Horst P. Horsts Modefotografie aus dem Jahre 1939. Madonna erscheint als Göttin der Leinwand, in Posen von Marlene Dietrich, Rita Hayworth oder Carol Lombard.³⁴ Die Bilder und das Lied zitieren den Glamour der Stars:

Greta Garbo and Monroe, Dietrich and DiMaggio,
Marlon Brando, Jimmy Dean – on a cover of a magazine.
Grace Kelly; Harlow, Jean – picture of a beauty queen
Gene Kelly, Fred Astaire – Ginger Rogers, dance on air.
They had style, they had grace. Rita Hayworth gave good face.
Laureen, Katherine, Lana, too – Bette Davis, we love you.

33 Ebd., S. 46.

34 Eine ausführliche Auflistung fast aller im Clip verwendeten Zitate bietet: Bergermann (wie Anm. 26), S. 47.



Vogue, 1990

Ladies with an attitude, fellows that were in the mood,
don't just stand there – let's get to it
strike a pose – there's nothing to it.

Auch *Vogue* ist eine Zusammenstellung von Zitaten, die Madonna in ihr Image einbringt. Ging es in *Material Girl* um die Alternative Geld oder Liebe, in *Express Yourself* um sexuelle Selbstbestimmung, so handelt *Vogue* vom Glamour. Die Aneignung ist offensichtlich: Madonna setzt über das Mittel des Zitats ihre eigene Glamourosität in Szene. Aber worin liegt die Abgrenzung? Der Clip könnte als Anmaßung verstanden werden, da Madonna sich in eine Linie mit den bedeutendsten Hollywoodstars zu stellen scheint. Doch ein weiteres, den Clip bestimmendes Zitat steht dieser Deutung entgegen. *Vogueing* entstand als New Yorker Subkultur, die durch Jenny Livingstons Dokumentation *Paris is Burning* (1991) international bekannt wurde. Homosexuelle Männer – zumeist Afroamerikaner – haben in den achtziger Jahren eine Kunstform des Posierens entwickelt. Gekleidet wie (weibliche) Stars oder Fotomodelle besuchten sie Nachtclubs und bewegten sich dort wie auf einem Laufsteg. Dementsprechend singt Madonna in *Vogue* mit Blick in die Kamera:



Vogue, 1990

It makes no difference if you're black or white,
If you're a boy or a girl
If the music's pumping it will give you new life
You're a superstar, yes, that's what you are – you know it.

Jede und jeder kann ein Star werden – dies ist die spezifische Aneignung des Glamours, die das *Vogueing* anbietet: »Come on, vogue, let your body move to the music!« Somit kann *Vogue* sogar als Aufruf zur Aneignung historischer Bilder verstanden werden. Wenn alle Mittel versagen, so heißt es im Lied, helfe dem Verzweifelten das *Vogueing*. Die Verkleidung und der Tanz seien eine Therapie, die es jedem erlaube, sich schön zu fühlen: »Beauty's where you find it.« Damit ähneln die Zitate in *Vogue* nur auf den ersten Blick dem Rückgriff auf Marilyn in *Material Girl*. *Vogue* geht einen Schritt weiter: Der Clip zitiert zwar das Aussehen von Filmstars, stellt dieses aber dann in den Kontext des *Vogueings*, das als theatrale Darbietung wiederum auf Zitaten basiert. *Vogue* ist also zugleich Zitat und das Zitat eines Zitats.

Die Reaktion auf diesen Rückgriff fiel erneut widersprüchlich aus; meinungsführend in dieser Diskussion war die *gay community*. Auf der einen Seite wurde Madonnas Clip positiv bewertet. Schließlich hat sich der Star schon frühzeitig

für die Gleichberechtigung Homosexueller eingesetzt. Sie selber kokettiert 1989 damit, ein Verhältnis mit der Entertainerin Sandra Bernhard zu haben. *Vogue* kann in diesem Kontext als eine (längst fällige) Sichtbarmachung der homosexuellen Subkultur verstanden werden.³⁵ Auf der anderen Seite kann der Clip aber auch als eine Aneignung, ein Übergriff, gewertet werden. Madonna vereinnahmt *camp*, eine »Art unter anderen, die Welt als ein ästhetisches Phänomen zu betrachten«³⁶, die vor allem von männlichen Homosexuellen gepflegt wird. Mit ihrer Kopie zerstöre sie *camp*, propagiere ein *camp lite*, betreibe ein »mainstreaming of camp taste«.³⁷ Mit dieser Heterosexualisierung würde sie die Subkultur nicht unterstützen, sondern zerstören: »Camp is dead, thanks to Madonna.«³⁸ Der Clip zu *Vogue* kann somit als eine Hommage an die homosexuelle Subkultur verstanden werden – und zugleich kann ihm deren Ausbeutung vorgeworfen werden, deren Plünderung.

35 Vgl. zu diesem Thema auch Sonya Andermahr: Madonna und die Lesben- und Schwulenkultur. In: Von Madonna bis Martina. Die Romanze der Massenkultur mit den Lesben. Hg. v. Diane Hamer u. Belinda Budge, Berlin 1996, S. 37–50.

36 Susan Sontag: Anmerkungen zu ›Camp‹. In: Dies.: Kunst und Antikunst. 24 literarische Analysen, Frankfurt a. M. 1982, S. 324.

37 Pamela Robertson: Guilty Pleasures. In: The Madonna Companion: Two Decades of Commentary. Hg. v. Allan Metz u. Carol Benson, New York 1999, S. 269.

38 Ebd.

Substitute for Love

Eine Frau verlässt ihr Haus und wird sofort von Fotografen umringt. Sie flieht in einem Wagen, der von einer Gruppe Paparazzi verfolgt wird. Mit Motorrädern fahren sie neben dem Auto her und schießen Fotos von dem Star. Gehetzt steigt die Blondine aus dem Auto und flüchtet durch eine Drehtür in ein vornehmes Hotel. Die Hinweise sind unübersehbar: Madonna spielt in diesem Clip auf den Tod der Princess of Wales an.

I traded fame for Love – without a second thought
It all became a silly game – some things cannot be bought
Got exactly what I asked for – wanted it so badly
Running, rushing, back for more – I suffered fools so gladly.

In der Schluss-Sequenz betritt die berühmte Frau, die von Fans und Reportern gejagt wurde, wieder ihre Wohnung. Ein kleines, dunkelhaariges Mädchen läuft auf sie zu: »The face of you, my substitute for love.« Der Star hebt das Kind hoch: »And now I find – I changed my mind.« Den letzten Satz spricht sie in Großaufnahme mit direktem Blick in die Kamera, die Tochter in den Armen: »This is my religion.« Madonna Diana und Mama Madonna.

Nach Marilyn und *Metropolis*, den Göttinnen der Leinwand und den Queens der Nachtclubs spielt Madonna nun also eine tödlich verunglückte Prinzessin und eine liebende Mutter. Welchen Beitrag leistet *Substitute for Love* zu Madonnas Image? Um diese Frage zu beantworten, müssen erneut zwei Ebenen des Clips getrennt werden. Diese Ebenen werden diesmal jedoch nicht parallel erzählt, sondern konsekutiv. Das Image Dianas, an das der Clip zunächst anknüpft, ist von Elementen der Tragik und des Unverstandenseins geprägt und lässt sich nicht ohne weiteres mit Madonnas



Substitute for Love, 1998

Image kombinieren. Würde Madonna nur die Frau spielen, die gegen ihren Willen von Fotografen gehetzt wird, müsste sie sich den Vorwurf gefallen lassen, dass sie ja selbst alles getan hat, um die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zu lenken. Die Aneignung des Diana-Mythos wird nur durch die zweite Rolle schlüssig, die der Mutter.

Auch dieses Image fügt sich nicht problemlos in das öffentlich zirkulierende Bild Madonnas ein, da das Muttersein auch heute noch mit Elementen wie Reinheit und Enthaltbarkeit in Verbindung gebracht wird. Jahrelang galt es als Skandalon, dass ausgerechnet »the icon for sex«³⁹ den Namen der jungfräulichen Mutter Gottes trägt. Dass sich Mutterschaft schließlich doch in das durch Skandale geprägte Image Madonnas einfügen ließ, hängt mit der öffentlich

39 Madonna: Superstar of the Century, New York 1996, S. 85.

propagierten Geburt ihrer Tochter Lourdes Maria im Jahr 1996 zusammen. Madonna ist Mutter geworden. *Substitute for Love* greift dieses neue Imageelement auf. Das kleine Mädchen, das der Star am Ende des Clips in den Armen hält, entspricht im Alter und im Aussehen Lourdes Maria. Inwiefern erlaubt nun die Umarmung des Kindes die Aneignung der Geschichte Dianas?

Die Aneignung gelingt durch die im Clip behauptete Läuterung des Stars, der ja im Text und in der Schluss-Sequenz dem Leben als VIP abschwört. Der Clip erzählt, dass eine Frau, die die Öffentlichkeit suchte, ihre Haltung geändert hat. Statt nach Ruhm strebt sie nun nur noch nach der Liebe ihres Kindes. Diesem Prozess entsprechend lautet der vollständige Titel des Stücks *Drowned World/Substitute for Love* – für den Star ist eine Welt untergegangen. Der Clip setzt das Leben einer von Fotografen gehetzten Frau in Szene, die genau dieses Leben zu beenden wünscht. Somit ist *Substitute for Love* zugleich Zitat des Diana-Mythos und Distanzierung von ihm.

In den bislang ausgewählten Clips wird ein Prinzip deutlich: Madonna zitiert Filme, Modetrends, Bilder und Figuren, ordnet diese aber in einen neuen Kontext ein, ihren Kontext. Diese Anleihen erweitern das Image Madonnas und halten ihr Bild in der Öffentlichkeit sozusagen in Bewegung, machen es virulent. Nun eignet sich aber nicht jedes populäre Bild, nicht jeder Star für ein derartiges Zitat. Madonnas Image lässt sich nicht beliebig kombinieren. Auch wenn die Analyse Aufschluss über die bisherigen Zitate geben kann, ist nicht voraussagbar, welcher Bezug gelingt und welcher möglicherweise als Selbstüberschätzung, Karikatur, Anmaßung oder gar als Blasphemie eingestuft wird. Im Spannungsfeld dieser Beurteilungen liegt die Rolle der Evita, um die Madonna lange kämpfen musste.

1994 hat Madonna einen Clip veröffentlicht, der gewisser-

maßen eine Überführung ihres damaligen Images zur Figur der *Evita* darstellt. Zu diesem Zeitpunkt war der Skandal über ihr 1992 veröffentlichtes Buch *Sex* zwar abgeklungen, dennoch war Sexualität noch immer die ihr Image bestimmende Stareigenschaft.⁴⁰ Auch *Take a Bow* zeigt diese Madonna, eine Frau, die sich kaum bekleidet auf einem Bett räkelt. Der Clip führt zugleich aber eine neue Figur ein, eine andere Madonna: Sie spielt eine Dame der Gesellschaft, die Zuschauerin bei einem Stierkampf ist. Damit wird dem Image – obschon Madonna italienischer Abstammung ist – ein spanisch-lateinamerikanisches Element hinzugefügt, das bislang nur einmal in *La Isla Bonita* (1987) angesprochen wurde. Außerdem trägt sie in *Take a Bow* ein Kostüm, das an die Kostüme von *Evita Perón* erinnert. Madonna bereitete sich 1994 offenbar darauf vor, die Rolle dieses Politstars in einem Spielfilm zu übernehmen.

3. Don't cry for me Argentina

Madonna war keineswegs die erste Wahl für *Evita*. Die Figur hatte schon eine lange Geschichte aufzuweisen, bevor die Filmbesetzung endgültig entschieden wurde. Bereits 1976 war die Schallplatte aufgenommen worden; Julie Covington sang den Titelsong *Don't cry for me Argentina*, der ein weltweiter Hit wurde. Auf die Bühne kam *Evita* erst nach diesem Erfolg: 1978 fand die Premiere in London mit Elaine Page in der Titelrolle statt. Im Jahr darauf wurde Patti LuPone am Broadway als *Evita* verpflichtet. Die Verhandlungen um eine Verfilmung begannen schon damals,

40 Madonna: *SEX*. Mit Fotografien von Stephen Meisel, München 1992.

scheiterten aber immer wieder. Mehr als 15 Jahre lang wurde um die Produktion gerungen.⁴¹

In den achtziger Jahren fand ein regelrechter Besetzungskrieg um die Rolle der *Evita* statt. Neben Patti LuPone und Elaine Page waren Barbra Streisand, Meryl Streep und Michelle Pfeiffer vorgesehen. Madonna hat sich schon 1990 um den Part bemüht, galt aber lange Zeit als chancenlos.⁴² Angeblich konnte sie Regisseur Alan Parker erst durch einen flehentlichen Brief überzeugen. In der Pressearbeit wird Madonnas Kampf um die Rolle deutlich herausgestellt:

I don't think anyone, not anyone, could have prayed as hard as I did for *Evita* to go ahead. I put on amulets and crosses, lit candles and even consulted fortune-tellers who told me that I was going to get the role of *Evita*.⁴³

Diese Aussagen sind außergewöhnlich, denn in der Regel werden Besetzungskämpfe nicht öffentlich gemacht. Stattdessen behaupten alle an einer Produktion Beteiligten nach Drehbeginn, dass die verpflichteten Schauspieler die erste, einzige und natürlich beste Wahl für die Rolle gewesen seien. Im Fall *Evita* wurde eine genau entgegengesetzte Strategie verfolgt: Es wird publik gemacht, dass die berühmteste Sängerin der Welt um ihren Einsatz bangen musste. Ihr Kampf wird aber nicht als Demütigung verstanden, sondern als Garant ihrer Hingabe zu dem Projekt. Madonna bekräftigt dies 1995 in nahezu jedem Interview: »It was my destiny. That is the simple truth.«⁴⁴

Madonna musste *Evita* spielen, so lässt sich die Kampagne

41 Vgl. auch <http://www.execpc.com/~reva/html7f.html>, 1. 3. 2002.

42 Bego (wie Anm. 6), S. 267f.

43 Madonna: *Superstar of the Century* (wie Anm. 39), S. 6.

44 Ebd., S. 5.

im Vorfeld zu *Evita* zusammenfassen. Welche Berechtigung hat diese in Anbetracht des Besetzungskrieges doch geradezu unglaubliche Behauptung? Schon 1991 schrieb Madonnas Biograph Christopher P. Anderson: »Madonna und die Ehefrau des argentinischen Diktators Juan Perón, die unersättlich nach Macht hungernde Eva Perón, scheinen ihrem Charakter nach sehr ähnlich zu sein. Beide Frauen sind ehrgeizig, clever und sexy und werden – nachdem sie ihr Image mit Hilfe von Superoxid aufpoliert hatten – von Millionen Menschen verehrt.«⁴⁵ Madonna – so der Biograph – muss *Evita* spielen, da sie über vergleichbare Stareigenschaften verfügt.

Wenn eine Schauspielerin eine Rolle übernimmt, so ist die Figur dem Publikum in der Regel nicht bekannt. Vivian, die von Julia Roberts gespielte Prostituierte aus *Pretty Woman*, wurde erst durch diesen Film »geschaffen«. Bevor Roberts die Figur der Anna in *Notting Hill* spielte, gab es den fiktiven Filmstar Anna Scott nicht. Julia Roberts ist demzufolge Anna Scott, auch wenn der Part in einem Sequel von einer anderen Darstellerin übernommen werden könnte. Anders ist die Ausgangssituation jedoch, wenn die Rolle auf der Lebensgeschichte einer populären historischen Persönlichkeit aufbaut, wie zum Beispiel bei den Spielfilmen *Amadeus*, *Gandhi*, *Malcolm X* oder *Ali*. Im so genannten *biopic* – dem *biographical picture* – geht die Figur dem Film gleichsam voraus.

Bei der Interpretation eines *biopics* muss die historisch verbriefte Person, deren Analyse nicht Gegenstand der Medienwissenschaft sein kann, von deren Image unterschieden werden. W. A. Mozart hatte ein Image, bevor *Amadeus* in die Kinos kam, wie auch Muhammad Ali vor *Ali*. Wird die

45 Anderson (wie Anm. 16), S. 196.

Hauptfigur eines *biopics* darüber hinaus von einem Star gespielt, treffen im Film zwei Images aufeinander. So lässt sich zum Beispiel das Image des Stars Romy Schneider in Beziehung zu dem der Kaiserin Elisabeth von Österreich setzen. Das über beide in der Öffentlichkeit zirkulierende Wissen weist Gemeinsamkeiten auf, die sozusagen als Schnittmenge verstanden werden können. Von besonderer Bedeutung ist dabei stets das Aussehen. In diesem speziellen Fall ist »Romy« durch die Sissi-Filme zur Verkörperung der »Elisabeth« geworden, zu ihrem Gesicht. Im Gegenzug haben die Filme das Image Romy Schneiders nachhaltig geprägt. Sissi ist Romy. Romy ist Sissi – auch wenn sich die Schauspielerin jahrzehntelang gegen diese Gleichsetzung gewehrt hat.

Die Konstellationen, die in *biopics* wie *Sissi* entstehen, erinnern an die Zitate in den Musikclips Madonnas. Der Star müsste sich dementsprechend gut für die Verfilmung einer Biographie eignen. Schließlich hat sie ja schon vor *Evita* eine ganze Reihe berühmter Frauen verkörpert. Möglicherweise ist der Clip zu *Don't cry for me Argentina* ja nur die konsequente Fortführung von *Material Girl*. Daher gilt es zu überlegen, inwieweit das am Beispiel von *Sissi* entwickelte Modell auf den Film *Evita* und den Musikclip *Don't cry for me Argentina* übertragen werden kann. Ist Madonna *Evita*? Ist *Evita* Madonna?

Zunächst einmal gibt es zahlreiche Übereinstimmungen im Image beider Frauen.⁴⁶ Beide stammen aus einfachen Verhältnissen und wuchsen als Halbwaisen auf. Sie verließen früh das Elternhaus, um in die kulturelle Metropole ihres Heimatlandes zu ziehen – Madonna ging nach New York, *Evita* nach Buenos Aires, den, wie es im Film heißt, *Big*

46 Vgl. Alicia Dujovne Ortiz: *Evita Perón. Die Biographie*, Berlin 1996; John Barnes: *Evita Perón. Macht und Mythos*, München 1984.

Apple Südamerikas. Ziel beider Frauen war eine Karriere als Sängerin, Tänzerin oder Schauspielerin. Vor ihrem Durchbruch schlugen sie sich mit gelegentlichen Auftritten durch; Madonna posierte unter anderem für Nacktfotos, Evita soll sich prostituiert haben. Beide mussten sich »hocharbeiten«, und beide Frauen haben das Image, in dieser Zeit ihre Liebhaber im Hinblick auf ihre Karriere ausgewählt zu haben.⁴⁷ Mit 25 Jahren wurden sie innerhalb kürzester Zeit berühmt: Madonna Louise Ciccone landete mit *Holiday* ihren ersten Hit, und María Eva Duarte heiratete Juan Perón. Beide werden zu Stars und von nun an mit ihrem Vornamen identifiziert.

Sowohl Evita als auch Madonna sind glamourös und gelten in ihrer Zeit als modische Trendsetter. Ihr Image beinhaltet Skandale und ihnen wird nachgesagt, dass ihr Ehrgeiz keine Grenzen kennt. Eine weitere Entsprechung ist, dass sich sowohl Madonna als auch Evita ihre ursprünglich dunklen Haare blond färbten. Fasst man die Übereinstimmungen zusammen, so lässt sich die Schnittmenge zwischen den Images mit *Blonde Ambition* bezeichnen – einem Titel, den Madonna für ihre Welttournee im Jahre 1990 wählte.

Die Parallelen scheinen überwältigend zu sein. Dennoch kam es während der Dreharbeiten zu Protesten. Nicht jeder hielt Madonna für die ideale Verkörperung Evitas. Insbesondere in den argentinischen Medien wurde Kritik laut. Zwei Lager protestierten: Die Verehrer von Eva Perón wollten »ihre« Evita nicht von einer Frau verkörpert sehen, die sich in nahezu pornographischen Posen ablichten lässt. Auf der anderen Seite warfen die Gegner Evitas Madonna vor, dass sie deren Wirken als Politikerin verharmlose. Ihre Ver-

47 Vgl. David Marsh: *Girls Can't Do What the Guys Do: Madonnas Physical Attraction*. In: *The First Rock & Roll Confidential Report*. Zit. n. *The Madonna Companion* (wie Anm. 37), S. 34.



Madonna als Evita, 1997

schwendungssucht werde im Film sogar als Glamour verherrlicht. Beide Gruppierungen beurteilen Evita verschieden und haben daher auch einen unterschiedlichen Blick auf die Besetzung mit Madonna.

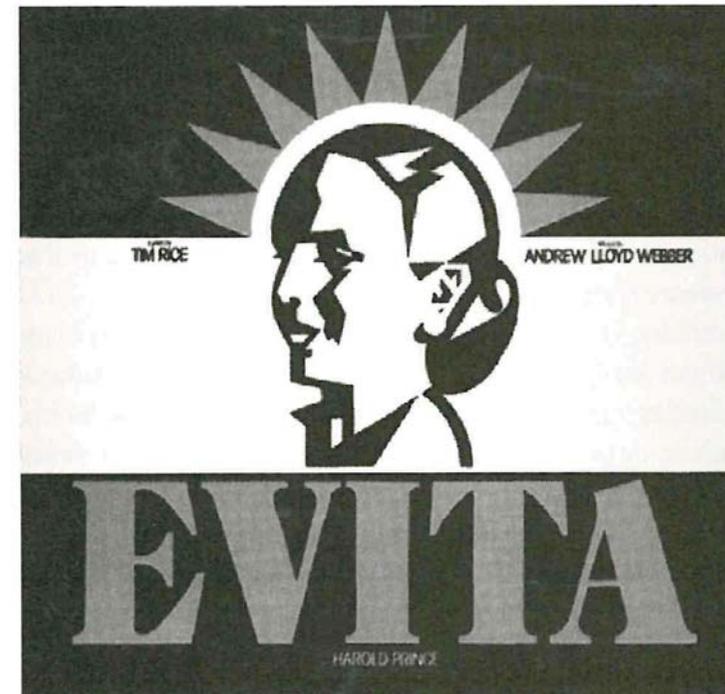
Das verdeutlicht: Ein Image – sei es das von Madonna oder von Evita – ist keine festgeschriebene Größe, sondern ermöglicht verschiedene Lesarten. Demzufolge kann ein Image auch durch das Zitieren eines anderen Images verändert werden. Wie lässt sich die Wechselwirkung zwischen Madonnas und Evitas Image beschreiben? Madonna hat Evitas Image gefestigt, da dank des Films noch einmal in der gesamten Weltpresse über die Argentinierin berichtet wurde. Für Evitas Image ist *Evita* ein Erfolg. Was bringt im Gegenzug die Verkörperung Evitas in Madonnas Image ein? Um diese Frage beantworten zu können, muss Madonnas Interpretation mit der bisherigen Darstellung der Evita verglichen werden.

Die berühmteste Szene des Musicals *Evita* ist ein Auftritt auf dem Balkon der Casa Rosada, bei dem die Darstellerin der Evita den Hit *Don't cry for me Argentina* singt. Überraschenderweise singt der Popstar Madonna dieses Lied im Film und im gleichnamigen Musikclip genau wie ihre Vor-

gängerinnen. Das Stück wurde auf der Bühne mit einer ganz bestimmten Körperhaltung inszeniert, die auch Madonna einnimmt. Auch sie breitet in der Balkonszene die Arme aus, wie alle Evitas zuvor es getan haben. Ihre Mimik, ihre Frisur und ihr Kostüm entsprechen ebenfalls der Bühnenfassung. Der Clip zeigt: Madonna spielt keine andere, keine neue Evita. Ihre Interpretation entspricht exakt der des Bühnenmusicals, das imagebildend war.

Daraus lassen sich zwei Schlüsse ziehen: Erstens konnte Madonna durch die große Bedeutung der Bühnenfassung nicht die Verkörperung Evitas werden. Sissi ist Romy, aber Evita ist ganz sicher nicht Madonna. Nun ist aber – zweitens – Madonna in *Evita* tatsächlich Evita. Diese Vereinnahmung gelingt, weil sie das Image der Figur vollständig übernimmt. Ihre Evita ist demnach eine Aneignung ohne Distanzierung. Diese ungebrochene, widerspruchsfreie Übernahme unterscheidet *Evita* von *Material Girl* und anderen bislang genannten Musikclips. Madonna ist in *Material Girl* mehr als Marilyn, denn das Zitat erlaubt unterschiedliche Lesarten. Madonnas Evita lässt hingegen nur eine Lesart zu: die der Bühnenfassung. Da dieses Bild dominant ist, kann Madonna Evitas Image nicht partiell zitieren, sondern muss es kopieren.

Zwischen Kopie und Zitat besteht nun aber ein entscheidender Unterschied: Da das Zitat die partielle Aneignung zulässt, kann es das Image derjenigen, die zitiert werden, erweitern. Die Kopie hingegen verbietet Distanzierung und ist insofern unproduktiv für die Arbeit an einem Image. Bei *Evita* ist der Rückgriff auf das öffentlich zirkulierende Bild einer berühmten Frau unergiebig für Madonna, denn die im direkten Vergleich nicht übereinstimmenden Imageelemente zwischen beiden Frauen – Verschwendungssucht, Politik, Krankheit, Tod – stellen keine sinnvollen Ergänzungen zu ihrem Image dar. Von Evitas Image können keine Elemente



Das Schallplattencover zu EVITA, 1976

auf das Image Madonnas übertragen werden. Genau diese Übertragungen sind es aber, die in der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Madonna immer wieder thematisiert werden.

4. What it feels like for a Girl

Mitte der achtziger Jahre erscheinen die ersten wissenschaftlichen Veröffentlichungen über Madonna; gegen Ende des Jahrzehnts befassen sich schon so prominente Au-

toren wie E. Ann Kaplan oder John Fiske mit dem Star.⁴⁸ In den Folgejahren setzt ein regelrechter Publikationsboom ein: Robert Miklitsch konstatiert in seiner Untersuchung »From Hegel to Madonna« sogar die Etablierung von *madonna studies*.⁴⁹ Anfang der neunziger Jahre werden die ersten Sammelbände über den Popstar veröffentlicht, in denen Madonna zum Beispiel als Ikone der Emanzipation oder Vertreterin des Postfeminismus verstanden wird.⁵⁰

In einem der einflussreichsten Aufsätze dieser Zeit spürt Douglas Kellner auf, inwieweit Madonnas Werk als modern und/oder postmodern bezeichnet werden kann.⁵¹ Insbesondere angloamerikanische Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen, die sich mit *cultural*, *gender* oder *queer studies* befassen, nehmen Madonnas Arbeiten Mitte der neunziger Jahre zum Anlass für eine Veröffentlichung.⁵² »There is a Madonna for virtually every theoretical stripe«, spottet

48 Kaplan (wie Anm. 2); John Fiske: *Reading the Popular*, Boston 1989.

49 Robert Miklitsch: *From Hegel to Madonna. Towards a General Economy of Commodity Fetishism*, Albany 1998; vgl. June Sochen: *From Mae to Madonna: Women Entertainers in Twentieth Century America*, New York 1999; John Gill: *Queer Notes: Male and Female Homosexuality in Twentieth Century Music*, London 1995; Linda Leung: *The Making of Matriarchy. A comparison of Madonna and Margaret Thatcher*. In: *Journal of Gender Studies*, 1997, 6/1 (March), S. 33–42.

50 Vgl. etwa *The Madonna Connection*. Hg. v. Cathy Schwichtenberg, Boulder 1993; *Madonnarama: Essays on sex and popular culture*. Hg. v. L. Frank u. P. Smith, San Francisco 1993; *Desperately Seeking Madonna*. Hg. v. Adam Sexton, New York 1993; *Madonna: Bawdy and Soul*. Hg. v. Karlene Faith u. Frances Wasserlein, Toronto 1997; *The Madonna Companion: Two Decades of Commentary*. Hg. v. Allan Metz u. Carol Benson, New York 1999.

51 Kellner (wie Anm. 32), S. 263–296.

52 Vgl. <http://www.theory.org.uk>, 1. 3. 2002.

Daniel Harris.⁵³ Majorie Gerber liest den Star mit Lacan, Charles Wells mit Foucault, Cathy Schwichtenberg mit Baudrillard.⁵⁴ Als direkte Reaktion auf diese Deutungen erscheinen die ersten Parodien: 1996 stellt Andrew C. Bulhak einen »Generator« in das WWW, der nach einem Zufallsprinzip völlig sinnlose Texte im postmodernen Jargon verfasst, deren Gegenstand Madonna ist.⁵⁵

Auch in Deutschland nimmt die Zahl der Publikationen in den neunziger Jahren zu.⁵⁶ Inzwischen haben nämlich die Hörer der ersten Stunde, die 1984 – also zur Zeit von *Material Girl* – ihr Studium begannen, die Dozentenstellen und Professuren für Medienwissenschaft von ihren akademischen Lehrern und Lehrerinnen übernommen. Anlässlich der Veröffentlichung der jüngsten CD – *Music* – fasst DIE ZEIT im Herbst 2000 zusammen: »Madonna verstehen ist Intellektuellensport.«⁵⁷ Doch was gibt es bei den neuesten Musikclips zu verstehen? Hat Madonna ihre imagebildende Technik geändert?

53 Daniel Harris: *Make my Rainy Day*. In: *The Madonna Companion* (wie Anm. 37), S. 220 [zuerst 1992].

54 Ebd., vgl. Cathy Schwichtenberg: *Madonna's Postmodern Feminism*. In: *The Southern Communication Journal* 57 (Winter 1992), Heft 2, S. 120–131.

55 <http://www.elsewhere.org/cgi-bin/postmodern>, 1. 3. 2002.

56 Vgl. etwa Carin Schmiedke-Rindt: *Express Yourself – Madonna-Fans und ihre Lebenswelt*, Augsburg 1999.

57 Thomas Gross: *Berühmtheit als Kunstform*. In: *DIE ZEIT*, 21. 9. 2000, S. 49.

Music

Der Chauffeur kann nicht fassen, wer heute Abend sein Fahrgast sein wird: »Is you Madonna?« Die Sängerin bleibt gelassen, auch als der Fahrer anmerkt, ihre Brüste würden im Fernsehen viel größer als in Wirklichkeit aussehen. Ohne eine Miene zu verziehen, händigt sie ihm eine CD aus, die er in den Player einschiebt. Auf dem Display des Geräts erscheint das Wort »Music«, da erklingen auch schon die ersten Takte von *Music*: »Hey Mister D. J., put a record on. I wanna dance with my baby.«

Music ist die erste Auskopplung aus der gleichnamigen CD, die im September 2000 erschien. Der Veröffentlichung ging eine massive Plakatkampagne voraus, die eine blond gelockte Madonna mit einem hellen Cowboyhut zeigt. Einen solchen Hut trägt die Sängerin auch im Video zum Titelsong, das kurz vor dem Erscheinen der CD seine werbewirksame Premiere hatte. Doch dieser Clip bezieht seinen Bildervorrat noch nicht, wie zu vermuten wäre, aus der Welt der Country- und Westernsongs. Madonnas Locken sind keine Hommage an Dolly Partons hochtourierte Perücken. Stattdessen spielt *Music* auf ganz andere Stars und eine ganz andere Musikrichtung an. Der weißeste aller Stars – die stets hellhäutige Madonna – bezieht sich auf eine fast ausschließlich Schwarzen vorbehaltenen Musikwelt: auf die Bilderwelt des Rap.

Dabei beschränkt sie sich auf einen ganz besonderen Aspekt dieser Musikrichtung: *Music* befasst sich nicht mit den Themen Drogen, Gewalt, Unterdrückung oder Armut. Zu sehen sind weder Graffiti noch Straßengangs oder Breakdancer. Bezugspunkt sind vielmehr die ihren Reichtum ausstellenden Stars der Szene. So ist die Limousine, in die Madonna einsteigt, nicht nur überlang, sondern auch noch goldfarben. Auf dem Nummernschild steht »MuFF



Ali G. in MUSIC, 2000

DaDDY«, ein Spiel mit dem Namen des bekannten Rappers Puff Daddy.

Doch nicht nur der protzige Wagen, sondern auch der im Video auftretende Fahrer verweist auf den Rap: Der britische Komiker Sacha Baron-Cohen spielt die Figur des »Ali G.«, der den Slang, die Körpersprache und die Mode der Hip-Hop-Szene parodiert. Er trägt eine rote Mütze von Tommy Hilfiger und einen roten Lackanzug, auf dessen Ärmel »ghetto pimp« steht – ganz im Stil der Rapper, die neben ihrem Erfolg auch ihre Herkunft aus dem Ghetto betonen. Den Rücken des Lackanzugs ziert die Aufschrift »R. I. P.2Pac«, eine Hommage an den 1996 verstorbenen Tupac, eine Kultfigur der Szene, mit dem auch Madonna einen Titel aufgenommen hat.⁵⁸

Auch der Star, der im Fond des Wagens sitzt, ist mit den In-

⁵⁸ Ratha Be Ya Lover, 1994.

signien erfolgreicher Rapper geschmückt. Madonna trägt einen weißen (Web-)Pelz über einem weißen Anzug. Ihre falschen Fingernägel sind ebenso golden gefärbt wie ihre Haare. Deutlichster Verweis auf den Stil der Rapper ist aber der massive Goldschmuck, den sie trägt. Der Text der schweren Buchstabenkette, die ihren Hals ziert, lautet jedoch nicht »Money«, wie eine Rezensentin glaubt. »Money« wäre eine Variation des goldenen Dollarzeichens, das viele Rapper in den achtziger Jahren provokativ als Anhänger trugen. Die Inschrift auf ihrer Kette lautet stattdessen »Mummy« und schon dieses Detail lässt ahnen, dass die Übernahmen mit einer Umdeutung verbunden sind. Es ist kein »Daddy«, der sich hier amüsiert, sondern eine »Mummy«.

Diese »Mummy« amüsiert sich allerdings auf eine Art und Weise, die eher einem (Puff) Daddy zugestanden würde. Madonna zitiert in *Music*, anders als in den vorangegangenen Beispielen, keine weibliche Figur. Sie bezieht sich nicht etwa auf Salt 'n Peppa, Queen Latifah, Da Brat oder Missy Elliott, sondern schlüpft in die Rolle männlicher Rap-Kollegen, die sich oftmals durch frauenfeindliche Liedtexte auszeichnen.⁵⁹ Dem Image dieser Künstler entsprechend fährt Madonna durch die Nacht, zunächst in eine Disco, dann in einen Stripclub. Sie tanzt ausgelassen mit mehreren Frauen, steckt Stripperinnen Dollarnoten in den Tanga, lädt leicht bekleidete Tänzerinnen in ihr Auto ein. In dieser Frauenwelt amüsiert sich die »Mummy« ganz offensichtlich prächtig.

Music inszeniert demzufolge keinen einfachen Rollentausch, bei dem zum Beispiel halb nackte Stripper für eine Kundin tanzen müssen. Stattdessen sind die wenigen überhaupt ins Bild gesetzten Männer von den Vergnügungen des Stars ausgeschlossen: Der Fahrer, der seinem Gast in den

59 Vgl. David Thigpen: Not for men. Women Rappers are breaking the Mold with a Message of their own. In: TIME 27. 5. 1991.



Madonna in *MUSIC*, 2000

Club folgen will, scheitert an einem bulligen Türsteher – an einer Figur, die schon von Berufs wegen »vor der Tür« steht, also außerhalb. Männer, so lässt sich zusammenfassen, treten in *Music* nur in subalterner Funktion auf, etwa als Fahrer oder Türsteher. Ihre Aufgabe ist es lediglich, die Rahmenbedingungen für die Party des Stars sicherzustellen.

Nur der kurze Zeichentrickfilm, der in den Clip eingebaut wurde, zeigt eine Gruppe von Männern, die sich mit dieser Rolle nicht zufrieden geben will. In dem Comic steht eine gezeichnete Madonna, die ein an Superwoman erinnerndes Kostüm trägt, einer Gruppe von finster dreinblickenden Schlägern gegenüber. Diese Gang wird von der »Super-Madonna« mit einigen Karateschlägen besiegt. Der omnipotente Star behält in jeder Situation die Kontrolle: Männer, die sich dem nicht beugen wollen, werden aus dem Weg geräumt.

Diesem Szenario kann sicherlich eine emanzipatorische Botschaft zugeschrieben werden. Schließlich nimmt sich der Star die Freiheit heraus, das Verhalten der männlichen Rapper zu übernehmen und damit womöglich in Frage zu stellen. Doch diese Lesart ist nicht widerspruchsfrei, da im Clip ja keine gewalt- und herrschaftsfreie Gegenwelt entworfen wird, in der alle Frauen selbstbestimmt leben könnten. Diese

Freiheit kann sich nur der Star leisten: Madonna erscheint als *material girl*, das sich mit ihren Dollars weibliche Begleitung erkaufen kann. Dass sie eine Frau ist, dürfte für die Stripperinnen, die für sie tanzen, keinen wesentlichen Unterschied bedeuten.

Music ist demzufolge weniger eine Kritik *an* als ein Spiel *mit* dem Gebaren der männlichen Rap-Stars. Mit diesem spielerischen und mehrere Lesarten ermöglichenden Zitieren steht der Clip in einer seit 1984 bestehenden Traditionslinie, die sich von Marilyn über Evita bis hin zu Diana erstreckt. Neu ist jedoch die Bezugnahme auf männliche Figuren, die Anleihen an deren Image, mit der Madonna im Herbst 2000 beginnt und die sie im Sommer 2001 fortsetzt: Auf die Rap-per folgen im nächsten Clip die Cowboys.

Don't tell me

Die Verleihung der *MTV Movie Awards* begann im Jahr 2001 mit einem Zitat. Die Moderatoren erschienen in Cowboy-Kleidung und sangen ihren Text auf die Melodie von *Don't tell me*, Madonnas zweiter Auskopplung aus *Music*. Die Eröffnungsnummer geriet zu einer Hommage an die noch nicht einmal anwesende Künstlerin. Madonnas Clip war zu diesem Zeitpunkt so bekannt, dass die Übernahme kleinster Gesten vom Publikum mit Applaus und Gelächter bedacht wurde.

Der Clip zeigt Madonna in kompletter Cowboy-Montur. Sie trägt einen Hut und spitze Stiefel, eine breite Gürtelschnalle und ein kariertes Hemd. Sogar lederne Chaps hat sie angelegt. Dennoch nimmt dieses Outfit nur mittelbaren Bezug auf die Vergangenheit Amerikas. Im Video geht es nicht um den Wilden Westen des 19. Jahrhunderts. Es geht noch nicht einmal um dessen filmische Bearbeitung, wie sie

in den Western des klassischen Hollywoodkinos geleistet wurde. Madonna bezieht sich weder auf Wyatt Earp noch auf John Wayne. Sie spielt auch kein Cowgirl wie Calamity Jane, keinen *tomboy*, »the masculine Western heroine«. ⁶⁰ Stattdessen zitiert sie das Zitat eines Zitats: *Don't tell me* zeigt den Cowboy in der Adaption der schwulen Subkultur, die ihre eigene Version der Filmhelden geschaffen hat.

Diese eigene Version ist seit den späten siebziger Jahren einer breiteren Öffentlichkeit bekannt: 1978 veröffentlichten die Village People den Hit *Y. M. C. A.*; die sechs Sänger waren als Polizist, Biker, Indianer, Bauarbeiter, Soldat und eben auch als Cowboy kostümiert. Von derartigen Verkleidungen berichtet auch Armistead Maupin in seinem sechsbändigen Bestseller *Stadtgeschichten*, der in San Francisco spielt. Im dritten Band, der erstmals 1982 erschien, besucht Hauptfigur Michael eine schwule Country- und Westernkneipe. ⁶¹ Am Tresen stehend, hängt er einer Fantasie nach: »Wenn Michael seine Augen ein bisschen zukniff, konnten die Squaredance tanzenden Kerle auch als angegraute Cowboys durchgehen, als aufgeeilte Goldgräber.« ⁶² Im weiteren Verlauf des Buches reist Michael mit seinem Chor in ein Camp, das unter dem Motto »Viehtrieb im Frühling« steht, bewundert eine rein männliche Squaredance-Gruppe und nimmt am *Reno National Gay Rodeo* teil: »Schwuchteln, die so tun, als wären sie Cowboys.« ⁶³

Die Kleidung des Cowboys ist also eine Verkleidung; geritten wird nicht auf Pferden, sondern auf einem elektrischen

60 Yvonne Tasker: *Cowgirl Tales*. In: Dies.: *Working Girls. Gender and Sexuality in Popular Cinema*. London 1998, S. 51–64.

61 Armistead Maupin: *Noch mehr Stadtgeschichten*, Hamburg 1993 [zuerst 1992].

62 Ebd., S. 40.

63 Ebd., S. 215.

Bullen. Die Heuballen sind – wie auf Madonnas *Drowned World Tour* – in Plastik eingeschweißt, damit sie nicht stauben. Die Hemden sind gebügelt, Hüte und Stiefel farblich abgestimmt. Sogar der Staub auf der Kleidung ist modisches Accessoire. Madonna reibt sich am ganzen Körper mit Sand ein. Chaps und Tücher sind in dieser Szene keine Arbeitskleidung, sondern ein erotisches Signal.

In diesem Setting kostümiert sich der *gay macho*, der *clone*, als extrem maskuliner Mann – im Unterschied zur *drag queen*, die extrem feminine Frauenkleider trägt.⁶⁴ Damit ist *Don't tell me* eine Art Gegenstück zu *Vogue*. Beide Clips zitieren den Bildervorrat der homosexuellen Subkultur.⁶⁵ Dabei bezieht sich der eine auf die Szene der Westküste, insbesondere auf San Francisco, der andere auf die Szene der Ostküste, insbesondere auf New York. In *Vogue* übernimmt Madonna die Posen der weiblichen Filmstars, die das *Vogueing* aufgriff, in *Don't tell me* die Posen der Cowboys, die zuvor von den *clones* kopiert wurden. Beide Clips arbeiten mit dem Mittel der Travestie; beide spielen mit der Kategorie des Geschlechts, nur dass Madonna in dem einen Video Frauen-, in dem anderen Männerkleidung trägt.

Don't tell me setzt somit den in *Music* eingeschlagenen Weg fort. Madonna zeigt sich im Outfit des Machos, ohne dabei männlich auszusehen. Im Gegenteil: Sie betont ihre langen

64 Michael Bronsky: *The Pleasure Principle. Sex, Backlash and the Struggle for Gay Freedom*, New York 1998; Martin P. Levine: *Gay Macho. The Life and Death of the Homosexual Clone*, New York/London 1998.

65 Steven Drukman: *The Gay Gaze, or, why I want my MTV*. In: *A Queer Romance*. Hg. v. Paul Burston u. Colin Richardson, London 1995, S. 81–95; Michael Musto: *Immaculate Connection*. In: *Out in Culture: Gay, Lesbian, and queer essays on popular culture*. Hg. v. Corey K. Creekmur u. Alexander Doty, London 1995, S. 427–436.



Don't tell me, 2000

Haare und ihre Brüste. Madonna zitiert nicht länger berühmte Frauen, sondern schlüpft in die Kleidung der ›männlichsten Männer‹. Dies gilt auch für die dritte Auskopplung aus *Music*, die im Sommer 2001 auf den Markt kam. Der Star ist hier bei einer nächtlichen Amokfahrt zu sehen, deren Opfer allesamt männlich sind: Sie rammt das Auto einer Gruppe grinsender Teenager, raubt einen Bankkunden aus, liefert sich eine Verfolgungsjagd mit zwei tumben Polizisten und stiehlt einem Langhaarigen seinen Wagen. Der Text des Liedes kann geradezu als Kommentierung von Madonnas Verweisstrategie im neuen Jahrtausend verstanden werden. In den ersten Zeilen heißt es:

Girls can wear jeans and cut their hair short
 Wear shirts and boots 'cause it's OK to be a boy
 But for a boy to look like a girl is degrading
 'Cause you think – that being a girl is degrading

Mit genau diesem Thema, dem Kleider- und Rollentausch, befasst sich Madonna seit dem Herbst 2000 in ihren Clips. Der Titel des gerade zitierten Stücks könnte darüber hinaus aber auch als eine Zusammenfassung aller hier behandelten Zitate verstanden werden. Madonnas Videos zeigen, was es heißt, Marilyn oder Marlene, Evita oder Diana, Mummy

oder Cowgirl zu sein. Sie zeigen in ihrer Gesamtheit, was es heißt, eine Frau zu sein: »What it feels like for a girl – in this world.«⁶⁶

⁶⁶ Ein Teil dieses Texts erschien 1999 in: Machtgefunkel. Über die Einflussnahme von Frauen. Hg. v. R. Johanna Regnath u. Verena Wodtke-Werner, Ostfildern. – Dank an Paul Ludwig und an Dietlinde Stroh für ihre Unterstützung bei der Überarbeitung.