



# Bleiben Sie gesund!

Mit Medien für ein längeres Leben

**tvdiskurs.de**



**HERBERT VON HALEM VERLAG**

# Zwischen Expertise und Scharlatanerie

Das Thema „Gesundheitskommunikation“ gehört zu den zentralen Anliegen der Moderne. Ob Homöopathie oder Schulmedizin, das Verbot von Tabakwerbung oder Kampagnen gegen Suchtgefahr – Gesundheitsrisiken und Hinweise für eine gesunde Lebensführung wurden und werden regelmäßig in den Medien thematisiert. In Zeiten von Corona erlangte die Gesundheitskommunikation allerdings eine neue Qualität. Einerseits waren es die Medien, die ihrem Informationsauftrag nachkamen und über die Bedrohung durch das Virus berichteten. Bis heute informieren Virologinnen und Virologen auf allen medialen Kanälen über den gefährlichen Erreger. Selbst die Bundeskanzlerin nutzte Fernsehansprachen und TV-Auftritte, um die Bevölkerung aufzuklären. Andererseits aber befeuerten mit dem Start der Pandemie auch (selbst ernannte) Meinungsführerinnen und -führer die mediale Diskussion. Mit kruden Thesen stachelten sie „Querdenkende“ an und brachten Menschen auf der Straße und in sozialen Netzwerken hinter sich. Impfgegnerinnen und -gegner, die an Mikrochips im Impfstoff glauben, oder COVID-19-Erkrankte, die noch auf dem Sterbebett die Existenz des Virus leugnen – Beispiele wie diese machen deutlich, welche Macht falsche Propheten und nebulös-esoterische Aktivistinnen und Aktivisten haben können, wenn sie ihre Fehlinformationen unters Volk bringen. Digitale Netzwerke und Messengerdienste wirken dabei als Brandbeschleuniger, indem sie Informationen nach Anzahl der Klicks priorisieren. Auch wenn vielleicht nur ein Tropfen auf den heißen Stein, so beruhigt es angesichts dieser Situation doch, dass soziale Netzwerke ihrerseits Unwahrheiten markieren oder löschen, lügenverbreitende Accounts sperren und „Wissensjäger“ mit Faktenchecks und auf Mythbuster-Seiten aktiv sind, um Falschmeldungen zu widerlegen.

Unabhängig von der Coronakrise wird das Medienangebot zu Gesundheitsthemen grundsätzlich mehr und mehr zu einer zentralen Informationsquelle und Orientierungshilfe. Ärztinnen und Ärzte können ein Lied davon singen, ist ihnen doch mit „Dr. Google“ eine ernst zu nehmende Konkurrenz erwachsen. Dabei stoßen diejenigen, die sich auf der Suche nach gesundheitsrelevanten Informationen in das Netz begeben, gleichermaßen auf Fakten und Fakes, auf seriöse Information und echte Lebenshilfe – und auch auf fragwürdigen oder sogar riskanten Unsinn. Ob Botschaften verfangen, ist dabei stark mit der jeweiligen Emotion verknüpft, die durch das Rezipieren wachgerufen wird. Hier zeigt sich das besondere Wirkpotenzial von audiovisueller Kommunikation und von Personen, die zu Identifikation und Empathie einladen: Wenn Mai Thi Nguyen-Kim lässig über Vitamin D aufklärt oder Jenke von Wilmsdorff im Selbstexperiment vorführt, welche gesundheitlichen Folgen täglicher Fleischkonsum hat, erreicht das viele Zuschauerinnen und Zuschauer

mehr als eine sachliche Broschüre. So ist es auch bei manchem Medical-Format. Dort präsentierte Aufnahmen von Schuppenflechten oder Fußanomalien mögen auf den ersten Blick befremdlich oder gar schockierend wirken. Doch wenn statt Voyeurismus die Empathie im Vordergrund steht, hilft das der einen oder dem anderen womöglich, Ängste abzubauen und ärztlichen Rat einzuholen.

Auch Informationen zu Gesundheitsfragen in sozialen Netzwerken, die speziell für Jugendliche relevant sind, bergen Chancen und Risiken. Einerseits bietet Social Media den Heranwachsenden eine Vielzahl von Hilfsangeboten und vor allem auch ein Forum, das sie mit eigenen Problemen nicht allein sein lässt. Andererseits werden aber auch Illusionen geschürt und beispielsweise überhöhte Schönheitsideale propagiert. Je nach Suchanfrage oder Likes können die Algorithmen, die für personalisierten Content sorgen, sinnvolle Ernährungstipps oder Pro-Ana-Botschaften an die Oberfläche spülen. Schnell wird die mediale Kommunikation dann selbst zum gesundheitlichen Risiko. So leidet manch Heranwachsender unter digitalem Stress, die Anzahl von Followern entscheidet über das Selbstwertgefühl. Und auch Cybermobbing oder Hassbotschaften sind unkontrollierbare Phänomene, die zu ernsthaften Belastungen führen können. Dem entgegenzuwirken, sichere Surfräume mit verständlichen Informationen und Orientierungshilfen zu bieten, ist Aufgabe von Medienbildung und Kinder- und Jugendschutz.

Fakt ist: Wer sich zu Gesundheitsthemen informieren möchte, muss sich in der Angebotsfülle zurechtfinden, Quellen hinterfragen, zwischen Expertise und Scharlatanerie unterscheiden können. Ein solch reflektierter Medienumgang will gelernt sein. Denn in puncto Mediennutzung gilt leider nicht: „Bei Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie Ihre Ärztin oder den Apotheker!“

Ihre  
Claudia Mikat



# Inhalt

## EDITORIAL

## INTERNATIONAL

### Jugendmedienschutz in Europa

Filmfreigaben im Vergleich

4

## PÄDAGOGIK

### Sie dürfen das

Jenni Zylka

6

### Dokumentarisches Erzählen

David Assmann

10

## TITEL

### Bleiben Sie gesund!

Mit Medien für ein längeres Leben

16

### Gesundheit als Thema der Medien

Vielfalt, Vorsorge, Autonomie und notwendige Kompetenzen

18

Joachim von Gottberg im Gespräch mit Eva Baumann

### Gesundheitskommunikation in Kampagnen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA)

Guido Nöcker

24

### Das könnte jetzt ein bisschen wehtun...

Emotionen in der Gesundheitskommunikation  
Anne Bartsch und Andrea Kloß

30

### Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie den Content-Generator Ihres Vertrauens!

Influencer in der Gesundheitskommunikation:  
Chancen und Risiken  
Laura-Maria Altendorfer

34

### Hilfe zur Selbsthilfe?

Mentale Gesundheit und die sozialen Medien  
Eva Lütticke im Gespräch mit Adanna Asamonye,  
Yasmin Celin Gannouchi, Yara Prasse und Robin Seiler

38

### Die digitale Selbstvermessung des Menschen

Medizinische und ethische Perspektiven  
Joachim von Gottberg im Gespräch mit André T. Nemat

43

### Krankheitsbilder im Spielfilm

Werner C. Barg

48

### Von Adipositas und Anomalien

Bizarre Körperwelten in Dokutainment-Formaten  
Uwe Breitenborn

53

### Wundermittel, Veggiefresser, Todestrieb

Kolumne von Michael Ebmeyer

58

<b>PANORAMA</b>	<b>60</b>	<b>LITERATUR*</b>	<b>82</b>
<b>WISSENSCHAFT</b>		<b>RECHT</b>	
<b>Das Porträt: Petra Gehring</b>	<b>62</b>	<b>Urteile/Beschlüsse</b>	<b>94</b>
Alexander Grau		<b>Aufsätze</b>	<b>96</b>
<b>„Alles so schön bunt hier“?</b>	<b>66</b>	<b>SERVICE</b>	
Diversität in der deutschen Fernsehwerbung – ein Zeitvergleich von 2003 zu 2021		<b>Kurz notiert</b>	
Luisa Liebau, Lorena Schierer und Patrick Rössler		<b>Impressum</b>	<b>98</b>
<b>MEDIENLEXIKON</b>		<b>Das letzte Wort</b>	<b>100</b>
<b>Flow</b>	<b>72</b>		
Gerd Hallenberger			
<b>DISKURS</b>		<b>WEBKLUSIV AUF TVDISKURS.DE</b>	
<b>Gemeinsam wirksame Kriterien entwickeln</b>	<b>74</b>	<b>Krankheitsbilder im Internet: das Tourettesyndrom</b>	
Die Aufgaben der neuen Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz		Aufmerksamkeit wichtiger als realistische Information?	
Claudia Mikat im Gespräch mit Sebastian Gutknecht		Joachim von Gottberg im Gespräch mit Kirsten Müller-Vahl	
<b>Verschörungstheorien in Krisenzeiten</b>	<b>79</b>	<b>Klassenfragen im Kinder- und Jugendfernsehen</b>	
Populäre Meinungsführer während der COVID-19-Pandemie		Wie divers sind die Lebenswelten der Figuren und Protagonist*innen auf dem Bildschirm?	
Anne-Kathrin Draga, Antonia Dürr, Christine Ermer, Daniel Hajok, Johanna Herlan, Niklas Menge, Lea Rottenbach, Daria Todorova und Josephine Wegner		Monika Weiß	
		<b>Widerschein des Nazismus?</b>	
		Die Darstellung der Neuen Rechten im aktuellen deutschen Film	
		Werner C. Barg	
		<b>„Maschine, übernehmen Sie!“</b>	
		Mit Chatbots in den neuen Job	
		Joachim von Gottberg	
		<b>Informationskrieg im Internet</b>	
		Die Zukunft der Demokratie wird im Netz entschieden	
		Tilman P. Gangloff	
		<b>BlackWidowWonderWomanSuperGirl</b>	
		Neue Superheldinnen, neue Inhalte?	
		Werner C. Barg	
		<b>Digitale Analphabeten</b>	
		Raubt die moderne Medienkultur jungen Menschen das politi- sche Bewusstsein?	
		Tilman P. Gangloff	

\*

Das detaillierte Inhaltsverzeichnis für Literatur befindet sich auf der genannten Seite.

Alle Beiträge sind auch abrufbar unter: <https://tvdiskurs.de>.  
Die Webversionen enthalten weiterführende Links und z. T. eingebettetes Bewegtbildmaterial.

# Jugendmedienschutz in Europa

## Filmfreigaben im Vergleich

In den europäischen Ländern sind die Kriterien für die Altersfreigaben von Kinofilmen unterschiedlich. *tv diskurs* informiert deshalb regelmäßig über die Freigaben aktueller Spielfilme.

	Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1.	<i>Dune</i> OT: <i>Dune</i>	12	12	12	—	o.A.	11	11
2.	<i>The Father</i> OT: <i>The Father</i>	6	9	12	12	o.A.	11	11
3.	<i>Cash Truck</i> OT: <i>Wrath of Man</i>	16	16	16	15	12	15	15
4.	<i>Nomadland</i> OT: <i>Nomadland</i>	0	0	6	12	o.A.	0	0
5.	<i>A Quiet Place 2</i> OT: <i>A Quiet Place Part II</i>	16	16	14	15	12	15	15
6.	<i>Black Widow</i> OT: <i>Black Widow</i>	12	12	12	12	o.A.	11	11
7.	<i>Fast &amp; Furious 9</i> OT: <i>F9</i>	12	12	14	12	o.A.	11	11
8.	<i>The Suicide Squad</i> OT: <i>The Suicide Squad</i>	16	16	16	15	o.A.!	15	15
9.	<i>The Forever Purge</i> OT: <i>The Forever Purge</i>	16	16	16	15	12!	—	15
10.	<i>Old</i> OT: <i>Old</i>	16	16	14	15	12	15	15
11.	<i>Saw – Spiral</i> OT: <i>Spiral: From the Book of Saw</i>	18	16	16	18	16	15	15
12.	<i>Promising Young Woman</i> OT: <i>Promising Young Woman</i>	16	12	14	15	o.A.!	15	15

o.A. ohne Altersbeschränkung  
 — ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor  
 ! Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen



Jenni Zylka

# Sie

# dürfen

# das

Sexualisierung und Sexismus gehören zum Standardrepertoire von Musik-clips. Musikerinnen eignen sich diesen männlichen Blick an und präsentieren die Stilisierung zum Sexobjekt als Selbst-ermächtigung.



## Keine Männer

Das dazugehörige von Colin Tilley inszenierte Video illustrierte Cardis und Megans Ansinnen adäquat: Die hochherrschaftliche Villa, in der Cardi (wahrscheinlich) wohnt, wird flankiert von einem Brunnen, geschmückt durch steinerne Frauenskulpturen mit wasserspeienden Brustwarzen. Aus dem Tor schwappt eine Welle, sie rinnt die Treppenstufen hinunter (und stammt demnach aus den „WAPs“ der Hausbewohnerinnen). Diese stolzieren derweil in Bodys mit Schleppe, Netzstrumpfhosen und High Heels rappend durch das humid-surreale Sex-Haus und entdecken in den Zimmern ein im wahrsten Wortsinn geiles Szenarium nach dem anderen: Man rekelte sich in Unterwäsche auf dem Boden, umringt vom Phallussymbol Nummer eins, den Schlangen („Not a garden snake, I need a king cobra“, rappt Cardi); hinter manchen Türen warten fauchende und schnurrende, zuweilen kopulierende Großkatzen, hinter anderen Tänzerinnen in rotem Latex oder Animal-Print-Korsett; einige Strophen rappen Cardi und Megan beim Damenspagat auf zwei Boudoir-Hockern; Brüste werden notdürftig (und für die US-amerikanische Zensur) mit kleinen Nippelpflastern bedeckt; und getwert wird ohnehin, was das Zeug hält – wobei das Zeug, das versteht sich von selbst, aus knappsten Fantasiedessous von Thierry Mugler besteht, die einzig das Kernthema des Songs, die „WAP“ selbst, gerade so verhüllen. Männer sind im Clip nicht zu sehen. Das einzig männlich Konnotierte sind einige von Cardis und Megans Haustier-Raubkatzen: Pussys galore.

## Jugendgefährdende Ausdrücke

Als Cardi und Megan *WAP* im März 2021 bei den 63. Grammy Awards performten, wurde jedes „Pussy“ sorgsam herausgepiept. Auf YouTube ist der Originalsong in Verbindung mit dem Video bereits seit letztem Jahr nur noch in einer zensierten Version zu hören: Es ist nicht mehr die feucht-erregte Vulva, über die so anschaulich gesungen wird, sondern Megan und Cardi fühlen sich um des Jugendschutzes willen „wet and gushy“, nass-forsch. Der Text wurde in dieser „sauberen“ Variante des Hits auch um sämtliche Blowjob-Referenzen bereinigt. Anstatt „I wanna gulp / I wanna gag / I wanna choke / I want you to touch that lil’ dangly thing that swing in the back of my throat“ wimmeln Cardis Zeilen an der Stelle vor Piepsern und Stöhngeräuschen.

„Put this pussy right in yo’ face / Swipe your nose like a credit card / Hop on top, I want a ride / I do a kegel while it’s inside“. Ein „Kegel“ ist eine Beckenbodenübung, bei der die Beckenmuskulatur rhythmisch zusammengezogen wird. Und die New Yorker Rapkünstlerin Cardi B ließ letztes Jahr in den gemeinsam mit Kollegin Megan Thee Stallion formulierten elf expliziten Strophen ihres Hits *WAP* an feuchter Beckenboden-Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig: Für ihre *WAP* („wet ass pussy“) brauche man einen Eimer und einen Wischmopp; man könne quasi in ihr „tauchen“, während man seinen „big Mack truck“ in der „little garage“ parke.

## Weibliche Selbstermächtigung

In Deutschland und Europa, wo die Sicht auf angeblich jugendgefährdende Ausdrücke traditionell eine andere ist und die englische Sprache als fremder, eventuell unverständlicher Zungenschlag zudem entspannter beurteilt wird, entbrannte die Diskussion um *WAP* vor allem in Bezug auf die Bilder: Vom „Tagesspiegel“ über „SZ“, „Die Zeit“ und „fluter“, die Publikation der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), wurde das Video beachtet. Die Frage, die sich um das Video rankte, lautete: Sind die Bilder der dominant gelesenen, „versauten“ Frauen ein Zeichen für weibliche Selbstermächtigung, für Body und Sex Positivity? Oder für eine Sexualisierung des Mainstreams, mit der falsche Signale an junge Mädchen gegeben und gleichzeitig stereotype, heteronormative, männliche Sexfantasien reproduziert werden?

Für die Hamburger Rapperin Shirin David, eigentlich Barbara Schirin Davidavičius, ist die Antwort klar: Frauen dürfen das – dementsprechend gestaltet und durch *WAP* beeinflusst sind Video und Text von Davids im Mai 2021 erschienener Single *Ich darf das*. Zu einem reduzierten Beat-Gerüst rappt die 26-Jährige in dem Clip über „Fame“ und Feminismus und streut zur Hook deutliches Self-Empowerment in den Text: „Kein Mann in dieser Welt macht dich zum Star, Schatz“, rappt sie, während sie inmitten einer – wiederum – reinen Frauengruppe in hautenger Kleidung Bootys aller Größen schüttelt, Beine spreizt, Dekolletés zeigt und sich die Hinterbacken zum Rhythmus mit Farbe beklecksen lässt.

Bildlich weckt das, je nach Zuschauer:in und Bedarf, alle möglichen Assoziationen zwischen lustiger Freundinnen-Pyjamaparty und Sexfantasie eines notgeilen Anstreichers, auf der verbalen Ebene ist Davids Botschaft jedoch so deutlich, dass keine Ambivalenzen übrig bleiben: „Fuck shaming“, fordert sie das Publikum auf und: „Spiel mit der Figur / so wie Beth Harmon“ – eine Referenz an die Netflix-Serie *Das Damengambit*, in der das weibliche Schachgenie Beth Harmon in den konservativ-frauenfeindlichen 60ern reihenweise männliche Konkurrenten schachmatt setzt. Und zwar „mit der Figur“ – wenn auch eher mit der auf dem Spielbrett, nicht mit dem eigenen Hintern.

## Körperpolitische Botschaft

Zur Selbstermächtigungschallenge von David und Cardi B kann man im weitesten Sinne auch Lizzo zählen, die 33-jährige US-amerikanische Rapperin und Querflötistin, deren „Body Positivity“ noch eindrücklicher überzeugt: Lizzo ist – anders als die genannten Kolleginnen – nach subjektiven westlichen Schönheitskriterien Übergewichtig, müsste also eigentlich von

vorherein aus dem Kanon der (attraktiven) Popstars ausscheiden. Stattdessen illustrierte Lizzo das Plattencover zu ihrem dritten – bislang erfolgreichsten und mehrfach preisgekröntem – Hitalbum *Cuz I love you* 2019 mit einem Nacktfoto, twerkt live beim Flötespielen und lässt sich im Video zu *Rumors*, das im August dieses Jahres mit der gleichnamigen Single herauskam, gleich von fünf voluminösen, schwarzen, in Gold gekleideten Tänzerinnen umgeben. Getwerkt wird in jenem Clip u. a. auf der Spitze von römischen Säulen in ionischer Ordnung, und in einem Gastauftritt der notorischen Cardi B rappt diese ihren Part zunächst von einer Art Thron herunter, trägt dabei ein Gipsbikini-Oberteil über einem echten Babybauch, die riesigen Ohringe sind fast so groß wie ihre Brüste. Regie führte die junge ukrainische Regisseurin Tanu Muino. Die Diskussion bei Lizzo wird allerdings – und das liegt auch an den Texten – eher im Bereich der allgemeinen Selbstermächtigung als zu Sexualisierung geführt; jedwedes „Body Shaming“, das auch bei David erwähnt wird, ist für Lizzo ohnehin längst passé. Bei ihr stellt – aus Gründen des „Lookismus“, also der diskriminierenden Annahme, nur bestimmte Körperformen und -figuren seien attraktiv für das andere Geschlecht – niemand infrage, dass sie sich ausschließlich aus Jux, Tollerei und künstlerischem Ausdruck und einzig für sich selbst (und ihre „Sisters“) chic oder aufreizend anzieht. Wobei „aufreizend“ ein Begriff aus männlicher Sicht ist: Es waren früher ausschließlich Heteromänner, die „aufgereizt“ werden sollten.

## Assimilation des männlichen Blicks

Mit der körperpolitischen Botschaft einher geht bei all diesen Künstlerinnen jedenfalls die Assimilation dieses sogenannten männlichen Blicks: Selbstermächtigung bedeutet, sich den herausfordernden Normen dadurch zu entziehen, dass man sie für sich selbst interpretiert. Shirin Davids im Song formulierte Aussage, dass jeder Hintern twerken kann, widerlegt beispielsweise die Ansicht, nur besonders runde, „wohlgestaltete“ Hintern seien dazu in der Lage – aber hinterfragt den Sinn des Twerkens nicht.

Muss sie auch nicht: Zur Selbstermächtigung darf gehören, gern und aus eigener Lust am Twerken zu twerken. Zu akzeptieren, dass einige viele durch den männlichen Blick, die männliche Lust geprägte Bilder und Symbole tatsächlich eine eigene, auf weibliche Nutznießerinnen gerichtete Kraft entwickelt haben könnten oder diese sogar von Anfang an besaßen, ist ein relativ neues, bislang stärker im Wort als im Bild vorhandenes Konzept. Bei Lizzo äußert sich dieser Gedanke u. a. in der Aneignung klassischer, im „alten“ Feminismus als Abwertung empfundener Symboliken: „I love hoes on poles, yeah, I am body goals, yeah“,

singt sie in *Rumors* und bringt damit auf humorvolle, hintergründige und coole Weise gleich zwei einst unmöglich scheinende Statements zusammen: „Ich liebe Huren, die Poledance betreiben, ich sehe so aus, wie ich aussehen will“ – „body goals“ ist ein Begriff aus der Fitness-Influencer-Szene, der üblicherweise von den dort mehrheitlich schlanken, muskulösen Frauen in Bezug auf beispielsweise noch stärker ausarbeitende Muskelgruppen benutzt wird oder im Hinblick darauf, noch ein letztes Kilo abzunehmen, damit das „Körperziel“ erreicht wird.

Dass Lizzo wie viele Rapperinnen vor ihr das Wort „hoe“ („Hure“) zudem durch die sogenannte „Dysphemismus-Tretmühle“, ein Begriff aus der Sprachwissenschaft, wie selbstverständlich aufwertet, spiegelt also die bildliche Entwicklung auf der verbalen Ebene: Während der Begriff der „hoe“, eigentlich „whore“ bzw. „Hure“ (im Deutschen dokumentiert das Wort allein bereits eine Entwicklung vom Schimpfwort zur Eigenbezeichnung), jahrzehntlang von männlichen Rappern in Bezug auf Frauen pejorativ benutzt wurde, drehen Lizzo und ihre Schwestern im Geiste den Spieß um und bezeichnen sich selbst so. Ähnliches passiert seit Jahren mit dem Begriff „bitch“, Megan Thee Stallions im letzten Jahr veröffentlichter Megahit *Savage* beginnt mit den Zeilen: „I’m that bitch / Been that bitch, still that bitch / Will forever be that bitch“ – stolzer kann man wohl kaum auf die eigene „Bitchigkeit“ sein.

Etwas weniger subtil, weniger humorvoll und eher wie eine Art „Retourkutsche“ rappte die deutsche Künstlerin Haiyti bereits 2018 im Song *Bitches* gleich nach dem Refrain, „Keine Zeit für Euch Bitches, Bitches“: „Ghettosilberketten funkeln bei Nacht, ich dreh’ ein paar Runden / Q8 pumpt Bass, Fensterscheiben sind unten / Junge, du hast hier nichts zu suchen / Halt deinen Mund, sonst fliegen Funken / Wir rasen durch die Tunnel / Machen uns frisch, jede halbe Stunde / Nutten gucken und wollen viel Bares“. Stärker noch als Selbstermächtigung oder Solidarität spricht aus den Worten der 28-jährigen Hamburgerin der Stolz und der Trotz des Underdogs (bzw. der Underbitch), und dem Schicksal der „Nutten“ scheint sie sich ebenfalls nicht aus Kameradinnenschaft nähern zu wollen: Haiyti zieht ihr Selbstbewusstsein aus der Idee, genau das zu machen, was früher nur Männer gemacht haben. Immerhin kann man ihr *Bitches* als Antwort auf den Song *Keine Zeit für Bitches* des Rappers Money Boy lesen – der 40-jährige Wiener Cloudrapper nutzt den Begriff in seinen Texten zumeist, um im gängigen, merkwürdigen Machodualismus verächtlich über Frauen zu reden, mit denen man eigentlich gern ins Bett gehen würde. „Hitta wollen wie ich sein, Bitches wollen den Dick rein“, reimt er in *Monte Carlo*. Da ist auf der Gendergerechtigkeits-Bewusstseins-Skala also noch tüchtig Luft nach oben. Auch wenn „Slutwalks“

oder „Schlampenmärsche“ seit über zehn Jahren genau an dieser Front arbeiten.

### Sexualisierung ohne Abwertung

Dass Musikerinnen wie Lizzo oder Cardi B der textlichen Entwicklung Bilder folgen lassen und sich nach den Worten auch der Ästhetik ermächtigen, ist nur folgerichtig. Was aber, wenn jugendliche Zuschauer:innen und Zuhörer:innen die positive – von sich jahrzehntlang entwickelnden Moden, Diskursen und Kodizes geprägte – Botschaft nicht durchschauen? Wenn sie die politischen, feministischen, selbstermächtigenden Elemente, die Ebenen, die etwa in einem Video wie *WAP* aufgemacht werden, nicht erkennen, sondern einfach nur zwei Frauen mit prominenten Hintern sehen, die sich in knappe Kleidung und hohe Schuhe werfen und lasziv an langen Fingernägeln saugen?

Vermutlich passiert erst einmal nichts. Denn man kann davon ausgehen, dass jüngere Konsument:innen etwa im Alter von Tagesprogramm-Zuschauer:innen zunächst vor allem wahrnehmen, dass Lizzo, Shirin, Cardi oder auch Beyoncé erwachsene Frauen mit einem erwachsenen Körper, einem erwachsenen vestimentären Style und einer erwachsenen Sexualität sind. Wenn sie im Teenageralter die Texte verstehen und die Codes entziffern, können sie entdecken, welche gemeinsame, wünschenswerte Grundlage die deutlichen Botschaften haben, die in diesen Songs und Bildelementen stecken: Es gibt keinen Grund, auf angebliche (männlich konnotierte) Assoziationen „Rücksicht“ zu nehmen, sich zu entkleiden oder zu verhüllen, weil Männer es fordern. Demzufolge darf jede erwachsene Frau jeden wie auch immer geformten Körper so anziehen oder so unbekleidet lassen, wie sie möchte, darf mit ihm machen, was sie möchte, und darf ihre sexuelle Lust so formulieren, wie sie möchte – solange sie niemanden dabei unterdrückt. Letzteres ist übrigens der größte Unterschied zum Prinzip des männlichen Mainstreamraps mit seinem „Dissen“ von Weiblichkeit: Die selbstermächtigte weibliche Stimme ist nicht nur fürsorglich und wertschätzend gegenüber sich selbst. Sondern liebt und genießt auch ihre (männlichen) Partner. Das nennt man dann wohl eine Win-win-Situation.



Jenni Zylka ist freie Autorin, Moderatorin, Filmkuratorin, Journalismusdozentin und Geheimagentin. Sie arbeitet für Radio, Print- und Online-medien, u. a. Spiegel Online, „taz“, „Tagesspiegel“, „Rolling Stone“, WDR, RBB, Deutschlandradio, Berlinale, Filmfest Emden, Filmfest Dresden und Akademie für Mode und Design. Sie veröffentlichte bei Rowohlt und Suhrkamp.