

# Aschenputtel, Femme fatale und Eiserne Lady

## Ereignisbilder und ihre Diskurspolitik am Beispiel von Angela Merkel, Gabriele Pauli und Hillary Clinton

NADJA SENNEWALD

### Frauen, Macht und Visibility

Angela Merkel wurde vom US-amerikanischen Wirtschaftsmagazin Forbes 2007 bereits zum zweiten Mal in Folge zur mächtigsten Frau der Welt gewählt (vgl. MacDonald/Schoenberger 2007). Kriterien für die Liste „The World’s 100 Most Powerful Women“ sind einerseits die „visibility“, d.h. die Häufigkeit, mit der die Frauen in den Medien auftreten, der Verlauf ihrer Karriere, die erworbenen Titel und Funktionen sowie der wirtschaftliche Einfluss, den sie haben.

Der Diskurs über Frauen und Macht wird entscheidend mitgeprägt durch die Sichtbarkeit der Macht innehabenden Frau im medial verbreiteten Bild, durch ihre „visibility“. Daraus ergibt sich die Frage, welche Abbildungen ausgewählt werden, um mächtige Frauen in den Medien zu repräsentieren und was für symbolische Bilder von Frauen und Macht hierdurch erzeugt werden. Für Beispielanalysen bieten sich in der Online-Presse publizierte Fotografien von Angela Merkel, Gabriele Pauli und Hillary Clinton an. Diese sind in demokratischen Verfahren als politische Repräsentantinnen in bestimmte Funktionen gewählt und hierdurch von breiten gesellschaftlichen Interessensgruppen zur Machtausübung legitimiert worden.<sup>1</sup>

Die ausgewählten Fotografien von Merkel, Pauli und Clinton stammen aus den Internetportalen überregionaler deutscher Nachrichtenmagazine, namentlich [www.stern.de](http://www.stern.de), [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de) und [www.focus.de](http://www.focus.de). Online-Bilder erfahren eine wesentlich größere Verbreitung als Bilder in den Printmedien, denn erstens sind sie für alle Menschen mit Internet-Anschluss frei verfügbar, ohne erst die Zeitung oder das Magazin erwerben zu müssen, und zweitens geht die Dauer ihrer Veröffentlichung weit über die Tages- oder Wochenaktualität der Printversionen hinaus.<sup>2</sup> Was die im Folgenden analysierten Fotografien – das „Dekoltee-Bild“ (Angela Merkel), das „Latex-Bild“ (Gabriele Pauli) und das „Tränen-Bild“ (Hillary Clinton) – zudem von anderen Bildern abhebt, ist ihre Behandlung als Ereignis, die zu breiten medialen Diskussionen über die Bilder selbst führte.

### Diskurse, Diskursfragmente und die Medien

Um den Diskurs über Frauen und Macht in medial verbreiteten Bildern zu untersuchen, ist zur Verdeutlichung der theoretischen Perspektive zunächst ein Exkurs notwendig: Siegfried Jäger definiert den Diskurs pauschal als „Fluss von sozialen Wissensvorräten durch die Zeit“ (Jäger 1999, 158), d.h. als sich ständig in Bewegung befindliche Vorstellungen über Realität. Diese Definition beinhaltet, dass keine Vor-

stellung über Realität diese je abbilden kann, sondern immer sozio-historisch geprägt ist. Ein Merkmal des Diskurses ist seine ständige Wiederholung: „Der einzelne Text wirkt minimal und kaum spür- und erst recht schlecht nachweisbar; demgegenüber erzielt der Diskurs mit seiner fortdauernden Rekurrenz von Inhalten, Symbolen und Strategien nachhaltige Wirkung, indem er im Laufe der Zeit zur Herausbildung und Verfestigung von „Wissen“ führt“ (ebd., 170). Der einzelne Text – oder im Fall dieser Untersuchung auch das einzelne Bild – können mit Jäger als „Diskursfragment“ institutionalisierter Diskurse verstanden werden und transportieren meist Elemente verschiedener Diskursstränge (vgl. ebd., 120) – zum Beispiel der Diskursstränge „Frauen“ und „Macht“. Diskursstränge werden laufend fortgeschrieben und variiert und bestehen aus Diskursfragmenten (einzelnen Artikeln oder Bildern) des gleichen Themas (vgl. ebd., 160). Die Institution, innerhalb derer der untersuchte Diskurs stattfindet, ist in diesem Fall die Online-Presse.<sup>3</sup> Weiterhin schlägt Jäger den nützlichen Begriff der „diskursiven Ereignisse“ vor. Diese sind definiert als Ereignisse, „die medial groß herausgestellt werden und als solche medial groß herausgestellten Ereignisse die Richtung und die Qualität des Diskursstrangs, zu dem sie gehören, mehr oder minder stark beeinflussen“ (ebd., 162).

### **Bildereignisse**

Schwerpunkt der folgenden Analysen und Überlegungen sind bildförmige Diskursergebnisse, die ich im Folgenden als „Bildereignis“ bezeichnen werde. Bildereignisse stehen als Ereignis für sich. Sie werden sowohl in der „seriösen“ Presse als auch in der Boulevardpresse veröffentlicht und diskutiert. Bildereignisse sind deshalb Bildereignisse, weil sie bestimmte kollektive Symboliken transportieren – in diesem Fall zur Diskursverknüpfung „Frauen“ und „Macht“. Die Kollektivsymbolik ist „die Gesamtheit der so genannten „Bildlichkeit“ einer Kultur, die Gesamtheit ihrer am weitesten verbreiteten Allegorien und Embleme, Metaphern, Exempelfälle, anschaulichen Modelle und orientierenden Topiken, Vergleichen und Analogien“ (Link 1997, 25).<sup>4</sup> Der Inhalt und die Form einer Abbildung werden dabei geprägt durch das Verständnis von Realität in einer spezifischen Kultur zu einem bestimmten Zeitpunkt (vgl. Jäger 1999, 45). Es ist also davon auszugehen, dass die mediale Repräsentation von Geschlecht bestimmt bzw. beschränkt wird durch die zur jeweiligen Produktionszeit „gesellschaftlich verfügbaren Frauen- und Männerbilder“ (Cornelißen 1996, 20f.). Geschlechterbilder sind demnach Manifestationen kollektiver Vorstellungen von Geschlecht, in denen sich Machtverhältnisse ausdrücken und die durch die alltägliche unreflektierte, als naturgegeben wahrgenommene Wirklichkeit der Geschlechterverhältnisse bestimmt werden.

## Frau Kanzlerin zeigt Dekolletee

Es existiert eine ganze Serie von Fotografien, die Frau Merkel in einem ausgeschnittenen Abendkleid zeigen, das sie anlässlich der Eröffnung der neuen Oper in Oslo trug. Eines dieser Bilder (Abb. 1) wurde besonders häufig reproduziert, sowohl Online als auch in den Printmedien. Angela Merkel ist in der Halbnahen zu sehen, d.h. Brust- und Kopfbereich sind abgebildet.<sup>5</sup> Dies entspricht der natürlichen Sehsituation in der Interaktion mit anderen Menschen und wird deswegen



Abb. 1: Angela Merkel

in Filmen häufig in Dialogszenen verwendet. Als Portraitfoto hat es die Wirkung der räumlichen Nähe zur Abgebildeten und erzeugt eine gewisse Intimität. Angela Merkel dreht sich jedoch weg von der Betrachterin und scheint sich mit jemandem rechts von ihr zu unterhalten. Dieser Eindruck wird verstärkt durch ihre rechte, erhobene Hand, durch die sie das Gesagte gestisch unterstreicht. Frau Merkel trägt ein schwarz-blaues Abendkleid mit halb durchsichtigen Ärmeln und tiefem Ausschnitt, dazu eine Perlenkette. Im Hintergrund sind Stuhllehnen und die unscharfen Brustbereiche zwei weiterer Personen zu sehen, die hinter Merkel sitzen. Sowohl der Kopf als auch der Brustbereich Merkels sind angeschnitten, so dass nur ein schmaler Streifen Haar das Gesicht und ein Stück Kleid ihr Dekolletee optisch rahmen. Als Folge dominiert die helle, rosa Fläche der Haut das Bild. Zudem ist das Kameraobjektiv nicht in Augenhöhe auf Merkels Gesicht gerichtet, sondern in leichter Untersicht auf Höhe ihrer Brüste. Ein fast schwarzer Schatten bildet einen optischen Keil, der die Vertiefung zwischen ihren Brüsten sehr betont und den Blick in Angela Merkels Ausschnitt lenkt. Der abgewendete Blick von Merkel erzeugt ein zusätzliches voyeuristisches Moment; er lädt dazu ein, der Kanzlerin „in den Ausschnitt zu gucken“, ohne dabei ertappt zu werden.

Das Bildereignis „Angela Merkels Dekolletee“ wurde in dieser und anderen Varianten (es existiert eine ganze Bildserie dazu) auf den Internetportalen großer Zeitungen und Magazine diskutiert (z.B. [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de), [www.bild.de](http://www.bild.de), [www.zeit.de](http://www.zeit.de), [www.welt.de](http://www.welt.de)). Mal steht die „Opulenz der Büste, ihrer barocken Pracht“ (Seibel 2008) im Vordergrund, mal der modische Vorher/Nachher-Vergleich: Merkel hat sich „vom Mauerblümchen zur modischen Kanzlerin“ gemausert (Strohmaier 2008).<sup>6</sup>

Bereits die Überschrift des ausgewählten Artikels, der am 13.04.2008 auf [www.stern.de](http://www.stern.de) erschien (Maier 2008), verweist darauf, dass der Inhalt des Artikels und das Abgebildete das Gleiche meinen: „Frau Kanzlerin zeigt Dekolletee“. Auffällig ist die Häufung sexuell oder zumindest zweideutig konnotierter Wörter und Wortgruppen in den Unter- und Zwischenüberschriften, die Frau Merkels Outfit anzüglich kommentieren: „Oh lala“, „freizügig wie nie“ oder „erotisch wie nie“. Der erste Satz des Artikels ist eine Referenz auf Angela Merkels modische Vergangenheit: „Sie hat uns

schon mit manchem Mode-Fauxpas geschockt.“ Aufgezählt werden einige Beispiele ihrer modischen Vergehen: „Schweißflecken unter den Achseln“, „schlecht sitzende Frisuren“ und „hässliches Kleid“.

Frau Merkels Äußeres, so wird im ersten Abschnitt des Artikels deutlich gemacht, lässt zu wünschen übrig. Ihr Auftritt in dem tief ausgeschnittenen Abendkleid, schlussfolgert der Autor im zweiten Abschnitt, habe dies nun geändert. Der dritte Absatz relativiert diese Erfolgsmeldung jedoch: Beim Ausstieg aus dem Auto sei es fast zum „Nippelgate“ gekommen, also zu einer weiteren modischen Katastrophe.<sup>7</sup> Weiterhin suggeriert der Artikel, dass es ein großer Erfolg für Frau Merkel sei, „den anwesenden gekrönten Häuptern die Schau gestohlen zu haben“, denn „statt auf die anwesenden Prinzessinnen (...) richteten die Fotografen ihre Objektive auf sie.“

Erfolg besteht also darin, wenn sich in der Konkurrenz mit anderen Frauen die Blicke der Fotografen – deren Blickobjekt sie ist – auf Angela Merkel richten. Über das politische Verhältnis Norwegens und Deutschlands wird nichts berichtet, fast hat man den Eindruck, es handele sich um einen Schönheitswettbewerb. Und tatsächlich: In der Verknüpfung Mode-Fauxpas/Gala-Abend/Abendkleid/Prinzessinnen steckt das bekannte Motiv der vermeintlich hässlichen Frau, die beim Ball den anwesenden Prinzessinnen die Schau stiehlt – die Narrative vom Aschenputtel. Der Prinz wird ersetzt vom Fotografen, der mit der Kamera den begehrenden Blick – stellvertretend für alle – in ihren Ausschnitt richtet.

Die Inszenierung von Angela Merkels Äußeren, so der Subtext der medialen Aufmerksamkeit, bediente lange Zeit den Diskurs über „erfolgreiche“ Femininität nur ungenügend. Als Femininitäts-Marker werden immer wieder Frisur und Kleidung genannt.<sup>8</sup> Geschlechtsspezifische Kleidung dient, je weiter sie sich von der „Unisex“-Variante entfernt, dazu, Körperideale zu betonen und zu verstärken. Männliche Kleidung symbolisiert laut Gitta Mühlen Achs vor allem den sozialen Status des Trägers, während weiblich kodierte Kleidung die körperliche Attraktivität der Frau hervorhebt und als Beweis für ihre „Femininität“ steht (vgl. Mühlen Achs 2003, 104). Der Gegensatz zwischen Anzug und Abendkleid steht repräsentativ für das Geschlechterverhältnis insgesamt: Während der Anzug die Schulterpartie, d.h. den „starken“ Körperbau betont und eine aufrechte Haltung erzeugt, die Kompetenz und Macht markiert, lässt das Abendkleid viel Haut frei und betont bestimmte Körperregionen, die für Femininität stehen, z.B. die Brüste. So stellt auch Lehnert fest: „Der Anzug aber, aus strengen Tuchen in gedeckten Farben, spielt nicht mit Erotik, sondern stellt Macht aus.“ (Lehnert 1999, 121) Der Umkehrschluss lautet, dass es für eine Politikerin schwierig – wenn überhaupt möglich – ist, Macht aus- bzw. darzustellen, während sie ein Abendkleid trägt, da dieses zu stark gegengleich kodiert ist.

Das besprochene Bild, so zeigt der Vergleich mit anderen Online-Publikationen, stellt einen Ausschnitt dar. Ursprünglich ist Angela Merkels Gesprächspartner, der norwegische Premierminister Jens Stoltenberg, ebenfalls auf der Fotografie zu sehen. Das nicht geschnittene Bild zeigt Frau Merkel zwar in Abendgarderobe, aber auch in einer professionellen Situation: Sie diskutiert als Staatsoberhaupt mit einem Staatsober-

haupt. Durch das Weglassen von Herrn Stoltenberg im Bild wird Frau Merkels Rolle als Politikerin beschnitten, sie wird im Akt ihrer Machtausübung nicht gezeigt. Durch die Betonung des Dekolletees wird sie dagegen als „Frau“ markiert, sexualisiert und als mächtige Frau demontiert.

### Eine Königsmörderin?

Zum Vergleich bietet sich das „Latex-Bild“ (Abb. 2) der ehemaligen CSU-Politikerin und Landrätin von Fürth Gabriele Pauli an. Das Foto ist kein Schnappschuss, sondern wurde für eine Modestrecke mit Frau Pauli im Hochglanzmagazin Park Avenue inszeniert. Zu diesem Zeitpunkt (Anfang 2007) war Frau Pauli medial sehr präsent, da sie die Diskussion über die Spitzenkandidatur des damaligen Bayerischen Ministerpräsidenten Edmund Stoibers bei den nächsten Landtagswahlen entscheidend vorange-  
trieben hatte.<sup>9</sup>



Abb. 2: Gabriele Pauli

Das Bild – ursprünglich Teil einer Fotoserie gleicher Ästhetik in der Park Avenue mit dem Titel „Sankt Pauli“ – illustriert den am 27.03.2007 auf [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de) erschienenen Artikel „Fesche Fotos von der Latex-Landrätin“ (Wittrock 2007). Frau Pauli, links im Bild, trägt eine rote Langhaar-Perücke, eine elegante weiße Bluse und ein nicht näher definierbares schwarzes Unterteil. Ihr Blick ist geradeaus gerichtet, ein Lächeln angedeutet. Frau Paulis erhobene Arme sind in einer gestellt wirkenden Pose erstarrt. Optisch fallen zuerst die schwarz glänzenden Latexhandschuhe auf, die ihr bis über die Ellenbogen reichen. Sie stehen am weitesten im Vordergrund, werden durch die weiße Bluse zusätzlich kontrastiert und bilden zwei Diagonalen, die Paulis Kopf in einem angedeuteten Dreieck einrahmen.

Die umstrittenen Latexhandschuhe sind nur durch die Armhaltung Paulis in den Vordergrund gerückt – nichts an ihrer Körperhaltung ist eigentlich erotisiert, auch ist kein Stückchen Haut unzüchtig zu sehen. Trotzdem markiert allein das Vorhandensein der Handschuhe im Bild – kombiniert mit dem auf der rechten Hälfte des Fotos abgedrucktem Text, der mit der Überschrift „Eine Königsmörderin?“ beginnt – eine erotisch-gefährliche Komponente. Pauli wäscht ihre Hände nicht in Unschuld, sie streift sich ein Accessoire über, das mit bedrohlich dominanter weiblicher Sexualität verbunden wird – zudem scheinen sich die Hände der „Königsmörderin“ als selbstbewusstes Tatwerkzeug ins Bild zu recken. Das Foto bedient damit die Abbildungskonvention der biblischen Heldenmörderinnen und Verräterinnen wie Judith, Delila oder Salomé: So stehen in Gemälden von Judith und Holofernes meist Judiths Arm oder Arme im Vordergrund, in denen sie das Schwert, den abgetrennten Kopf Holofernes’ oder beides hält.<sup>10</sup>

Und so geht es auch bei diesem Bildereignis um das, was ins Auge springt: Die Latex-Handschuhe bzw. die Konnotationen, die sie hervorrufen: die gefährliche, erotische Frau, der Vamp. Die Femme fatale ist die „dämonische Verführerin, gelegentlich auch als wollüstiges Machtweib apostrophiert, bezeichnet die durch ihre erotische Ausstrahlung für den Mann gefährlich werdende Frau“ (Hilmes 2003, 172).<sup>11</sup>

Als Reaktion auf die Fotostrecke in der Park Avenue legte die Welt nach mit einem Interview einer professionellen Domina, die Pauli Komplimente für ihre angemessene Berufsbekleidung machte (Solms-Laubach 2007). Der Focus schrieb von „Domina-Outfit“ (jba 2007), der Stern sprach von „Vamp-Fotos“ (o.N. mit AP/dpa 2007), die Zeit, etwas verhaltener, von „Landrätin in Latex“ (Schlieben 2007).

Paulis Inszenierung als Femme fatale führte zu einer öffentlichen Lächerlichmachung und einem weiteren Glaubwürdigkeitsverlust. Nach einigen erfolglosen politischen Vorstößen ihrerseits (sie kandidierte trotz der Schmähungen um den CSU-Vorsitz in Konkurrenz mit Erwin Huber und Horst Seehofer) trat sie aus der CSU aus. Und so behält Carola Hilmes recht, die für die Figur der Femme fatale in der Literatur des 19. Jahrhunderts feststellt: „Stets fordert die Femme fatale ihre Opfer, die dämonische Verführerin ist allerdings keine selbstherrliche Täterin, sondern wird meist am Ende ihrer Geschichte selbst mit dem Tode bestraft, was ein wenig beachtetes Motiv ist“ (Hilmes 2003, 172). Frau Pauli wurde erst als „Königsmörderin“ stilisiert, eignete sich (zu) gut, das Motiv der Femme fatale zu bedienen und fand infolgedessen den politischen Tod.

### Clinton den Tränen nahe

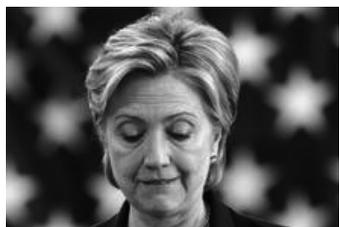


Abb. 3: Hillary Clinton

Das „Tränen-Bild“ (Abb. 3) zeigt die US-amerikanische Präsidentschafts-Kandidatin Hillary Clinton. Es existieren mehrere Varianten davon, da es während einer öffentlichen Diskussion aufgenommen wurde, der sie sich nach ihrer Niederlage bei den Vorwahlen in Iowa und am Vorabend der (gewonnenen) Wahlen am 08.01.2008 in New Hampshire stellte.

Das Foto erschien unter [www.focus.de](http://www.focus.de) unter dem Titel „Clinton den Tränen nahe“ (löh/AFP 2008). Der Vorspann des Artikels lautet: „Hillary Clinton hat am Rande einer Wahlkampfveranstaltung im Bundesstaat New Hampshire gegen Tränen ankämpfen müssen. Die Politikerin bekannte: ‚Das ist sehr persönlich für mich‘“. Clintons Gesicht wird in Großaufnahme gezeigt, im Hintergrund sind unscharf die Sterne der amerikanischen Flagge zu sehen. Hillary Clinton blickt nach unten, ihr Gesicht wirkt im Gegensatz zu den unzähligen strahlend lächelnden Portraits, die medial verbreitet wurden, unvertraut verzerrt. Ihre Mimik steht deutlich im Zentrum der Aufmerksamkeit. Clinton beißt sich auf die Lippen, die Stirn ist gerunzelt und ihre Augenringe deutlich zu sehen. Dass sie älter wirkt als sonst, liegt – abgesehen vom Gesichtsausdruck – an der Ausleuchtung und den Schatten, die ihre Falten betonen. Auch der Blick nach unten wirkt wie ein Zeichen der Niederlage.

Im Gegensatz zum neutral gehaltenen Kommentar zum Tränen-Bild im Focus wird in anderen Publikationen die „Echtheit“ von Clintons gezeigten Gefühlen in Frage gestellt oder sich zumindest darüber gewundert: „Hillary Clinton ringt mit den Tränen“, heißt es auf [www.sueddeutsche.de](http://www.sueddeutsche.de), gefolgt von „Sie gilt als kalt, doch nun überrascht Kandidatin Hillary Clinton in New York mit einem unerwarteten Gefühlsausbruch“ (Reuters/dpa/AP/mako/ckn 2008). Die Zeit meint: „Einmal weinen reicht nicht: Hillary Clinton muss sich ändern, wenn sie Vorbild für Politikerinnen sein will“ (Meckel 2008). Und auch im Focus steht, nur einen Tag später: „Mit einer neuen Taktik hat Hillary Clinton versucht, die Wähler in New Hampshire zu gewinnen“ (Baumann 2008).

Hillary Clinton, so die Aussage des Bildes, hat einen schwachen Moment.<sup>12</sup> Was das Bild zum Bildereignis macht, ist allerdings die Diskussion über die Authentizität ihres emotionalen Ausdrucks. Weint sie oder weint sie nicht, ist eine Träne zu sehen oder nicht, kurz: zeigt Hillary Clinton Emotionen aus politischem Kalkül, um menschlicher und sympathischer zu wirken und den Ausgang der Wahlen damit zu beeinflussen? An der Diskussion wird deutlich, dass Frauen unter dem geschlechtlich kodiertem Zwang stehen, ihre Gefühle durch mimische Äußerungen fortlaufend mitzuteilen. Laut Mühlen Achs „signalisiert eine idealtypisch weibliche Mimik die Bereitschaft zur Selbstentäußerung und zur Preisgabe von Emotionen und stellt soziale Verbindlichkeit her“ (Mühlen Achs 2003, 154). Frauen müssen ihren Gefühlsausdruck in wesentlich größerem Umfang als Männer differenziert modulieren, wobei auch der Eindruck von Unechtheit oder Aufgesetztheit entstehen kann (vgl. ebd.). Hillary Clinton werden im medialen Diskurs kalte Rationalität und fehlende Affektivität unterstellt, die sie durch berechnende Handlungen versucht zu vertuschen, um trotzdem sympathisch, d.h. wählbar zu wirken. Das Medienbild von Hillary Clinton entspricht damit einem weiteren Typus der mächtigen Frau: dem der „Eisernen Lady“.<sup>13</sup> Unterstellt wird der Eisernen Lady (wie zuvor der *Femme fatale*) als Grundmotiv die Gier nach Macht. Im Gegensatz zu dieser will sie nicht nur einzelne Männer, sondern ganze Staaten lenken bzw. manipulieren. Als „Kältefrau“ hat die Eisernen Lady wie die *Femme fatale* literarische Vorbilder im 19. und 20. Jahrhundert und reiht sich ein in die Erzählungen von „bösen“ und „kalten“ Maschinenfrauen (vgl. Baureithel 1993, 116 ff.).<sup>14</sup> Auffällig ist die Verbindung der Kältefrau mit Metall – entweder als roboterhafte Menschmaschine wie in der fiktiven Version – oder als Eisernen Lady mit „eisernem Willen“. Hierdurch wird der betreffenden Frau metallene – also „unnatürliche“ oder „unfeminine“ – Härte unterstellt.<sup>15</sup>

## Fazit

Frauen mit Macht werden im medialen Diskurs auf ihre Femininität hin geprüft und „fallen durch“, unabhängig davon, ob bei ihnen ein Mangel oder ein Überschuss an Femininität konstatiert wird.<sup>16</sup> Die Untersuchung des Bildereignisses „Angela Merckels Dekolletee“ macht das Dilemma deutlich: Das „Vorher“ bei Aschenputtel Merkel beinhaltet ein Unterbedienen von Femininitäts-Markern, aber kaum werden sie – z.B.

durch ein sichtbares Dekolletée und eine andere Frisur – bedient, wird dies als ein „zu viel“ und ebenfalls negativ bewertet. Die gelungene Frau zeigt ihre Brüste als Marker für weibliche Erotik – gleichzeitig wird gefragt, ob dies für eine Politikerin „zu sexy“ sei. Aus Merkel kann und darf keine Prinzessin werden, sie muss ewig scheitern an den Anforderungen eines Femininitätsbegriffs, der keinen Machtanspruch formulieren darf.

Bereits 1929 stellte die Psychoanalytikerin Joan Riviere in ihrem Aufsatz „Weiblichkeit als Maskerade“ fest, dass erfolgreiche Frauen in einer patriarchalen Gesellschaftsordnung darauf angewiesen sind, ihr Verhalten durch überfeminines Verhalten auszugleichen: „Weiblichkeit war daher etwas, das sie vortäuschen und wie eine Maske tragen konnten, sowohl um den Besitz von Männlichkeit zu verbergen, als auch um der Vergeltung zu entgehen“ (Riviere 1994, 38). Die Schlussfolgerung, dass Frauen mit ausreichend Femininitäts-Markern (z.B. Modebewusstsein, Emotionalität, Schönheit) problemlos Macht zugestanden wird, ist jedoch nicht zutreffend, wie sich an Pauli zeigt. Im Gegenteil, ausgeprägte Femininitäts-Attribute dienen ebenfalls als Beleg, die Macht und Kompetenz der jeweiligen Frau anzuzweifeln. Paulis Machtanspruch scheitert sogar in hohem Maße, eben weil er stark erotisiert und sexualisiert wird.

In der Analyse wird deutlich, dass Frauen mit Macht bestimmten stereotypen Frauenbildern zugeordnet werden, die kein positives oder sogar ein explizit negatives Bild von Frauen und Macht beinhalten (Femme fatale, Kältefrau). Es bleibt zu betonen, dass das Bild, was von einer Politikerin in den Medien gezeichnet wird, keineswegs konstant das gleiche sein muss, konstant ist nur, dass auf Weiblichkeitsstereotype zurückgegriffen wird. So wurde nicht nur Pauli, sondern auch Merkel bescheinigt, ihre jeweilige Partei wahlweise zu retten oder sie auf vampireske Art und Weise zu zerstören.<sup>17</sup> Für die Frau mit Macht gilt, was Hilmes für die Femme fatale feststellt: „Erlöserin und Verderberin zugleich, ein wahrhaft fatal zu nennendes Vexierbild“ (Hilmes 2003, 173), das wie die meisten Frauenbilder auf der christlichen Dichotomie von Hexe/Hure und Heilige/Mutter beruht. Der Heiligen steht nur die mütterlich kodierte Macht der Selbstaufopferung zur Verfügung – was kein brauchbares Modell für realpolitische Handlungsfähigkeit ist – während die Macht der Hexe, wie sie der Femme fatale oder der Kältefrau zugeschrieben wird, eine manipulative, zerstörerische ist.

Es wurde deutlich, dass Bilder, die in den Medien produziert werden, auf der Basis von geschlechtsklassenspezifischen Zeichen funktionieren, die jene Aspekte von „Weiblichkeit“ (und auch „Männlichkeit“) signifizieren, durch die die herrschende Ordnung der Geschlechter aufrechterhalten wird (vgl. Mühlens 1995, 21), in der öffentliche Macht für Frauen immer noch nicht selbstverständlich ist. Daraus folgt, dass ständig alte stereotype Bilder von Frauen und Macht aufgerufen und bedient werden, es aber nicht möglich ist, aus diesen ein positives Bild von Frauen und Macht zu generieren. Es gibt sie, die Frauen mit Macht, aber (noch) keine Bilder für sie.

## Anmerkungen

- 1 Angela Merkel ist seit dem 22. November 2005 Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschland, Gabriele Pauli war von 1990 bis 2008 Landrätin von Fürth. Hillary Clinton ist seit 2001 Senatorin für den US-Bundesstaat New York und bewarb sich als Kandidatin der Demokraten in der US-amerikanischen Präsidentschaftswahl. Am 7. Juni 2008 beendete sie ihre Kampagne zugunsten Barack Obamas, der in den Vorwahlen mehr Stimmen erhielt. Das Spektrum der politischen Betätigung der ausgewählten Frauen reicht also von der Welt- bis zur Lokalpolitik.
- 2 Durch das relativ junge Medium Internet hat sich eine neue Form der Bildpräsentation herausgebildet: Meistens illustriert ein Hauptfoto den Artikel, die LeserIn kann sich jedoch durch eine dazugehörige Bilderstrecke klicken. Das heißt, dass zu einem Ereignis viel mehr Bildmaterial angeboten wird als in den Printmedien. Zeitnah erscheinende Artikel werden durch die gleiche Fotostrecke bebildert, wobei diese im Laufe der Zeit aktualisiert wird und einzelne Bilde durch andere ersetzt werden.
- 3 Nach Jäger müsste das Thema „Frauen und Macht“ korrekterweise als „Diskursverschränkung“ bezeichnet werden, da es sich hier um die Verbindung von zwei Diskurssträngen handelt (vgl. Jäger 1999, 160f.).
- 4 Der Ausdruck „Bildlichkeit“ ist in dem Kontext dieses Artikels etwas irreführend; Link meint damit vor allem Sprachbilder, seine Theorie lässt sich aber auf Abbildungen übertragen.
- 5 Zur Geschlechtsspezifik von Gesichts-, Brust- und Ganzkörperportraits stellt Sabine Winter in einer inhaltsanalytischen Auswertung der Nachrichtenmagazine „Focus“ und „Spiegel“ von 1993 bis 1996 fest, Frauen würden wesentlich seltener als Gesichts-Portrait abgebildet werden als Männer, dafür aber öfter als Dreiviertelfigur. Kopfportraits wertet sie dabei als Darstellung als „Charakter/Verstandesmensch“, Torso-, Dreiviertelfigur- und Ganzkörperabbildungen als „Gefühlsmensch“-Darstellung (vgl. Winter 2001, 151). Bereits 1983 konstatierten Archer u.a. bei einer Untersuchung der amerikanischen Presse „Für die 1.750 untersuchten Pressefotos gab es eine deutlich ausgeprägte Tendenz, Männer durch ihre Gesichter zu präsentieren und Frauen durch ihre Körper“ (Archer u.a. 1985, 58).
- 6 Hier steht tatsächlich „Büste“ und nicht „Brüste“. Durch die weitere Wortwahl („Opulenz“ und „barocke Pracht“) wird jedoch überdeutlich, dass die Brüste gemeint sind.
- 7 Nipplegate bezeichnet den Skandal um den Auftritt von Janet Jackson und Justin Timberlake in der Halbzeitpause des 38. Super Bowls am 1. Februar 2004, der vom US-amerikanischen Musiksender MTV präsentiert wurde, bei dem Jacksons entblößte Brust zu sehen war. Der Name wurde in Anlehnung an die Watergate-Affäre gewählt (vgl. Wikipedia 2008).
- 8 Fleissner stellt bezeichnender Weise in einer visuellen Inhaltsanalyse von Spiegel, Focus, der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung fest, dass Merkel während der Kandidatendebatte (Stoiber vs. Merkel, Bundestagswahl 2002) „weniger vorteilhaft“ abgebildet wurde als Stoiber (vgl. Fleissner 2004, 143).
- 9 Pauli regte angesichts der schlechten allgemeinen Umfrageergebnisse von Stoiber beharrlich eine CSU-Mitgliederbefragung an. Zunächst fand sie große Unterstützung bei der Parteibasis, die jedoch kippte. Am Vortag des Fotoshootings war sie beim politischen Aschermittwoch der CSU am 21.02.2007 öffentlich als „Schlampe“, „Hure“ und „Hexe“ beschimpft worden (vgl. Seils 2007).
- 10 Deutlich ist dies z.B. in Gemälden zu Zeiten der Renaissance zu sehen, in der „Judith und Holofernes“ ein beliebtes Motiv war. Beispiele sind: Paolo Veronese: Judith und Holofernes (ca. 1580); Michelangelo Caravaggio: Judith enthauptet Holofernes (1598/1599); Artemisia Gentileschi: Judith enthauptet Holofernes (1612/1613).
- 11 Die Femme fatale erfährt ihre spezifische Ausprägung in der Literatur und Bildenden Kunst des 19. Jahrhunderts, im 20. Jahrhundert wird das Motiv im Film als „Vamp“ weitergeführt (vgl. Hilmes 2003, 172).
- 12 Das Bild kann daher auch als „Eindämmungsbild“ (vgl. Sennewald 2007, 259) bezeichnet werden. Eindämmungsbilder dienen der Relativierung von positiv konnotierten Bildern „weiblicher“ Stärke, Autorität und Macht und tragen zur visuellen Demontage der abgebildeten Frau bei.
- 13 Prototyp der „Iron Lady“ ist die ehemalige britische Premierministerin Margaret Thatcher, aber auch zahlreiche andere Politikerinnen wurden bereits mit diesem Titel versehen.
- 14 Dies lässt sich nach Hilmes mit der Geschlechterordnung des Bürgertums des 19. Jahrhunderts erklären: „Das herrschende patriarchalisch dominierte Selbstverständnis gewährt in der weiblichen Sexualität eine Bedrohung, die in den (pseudo-)wissenschaftlichen Diskursen festgeschrieben wird. Im Kult der Männlichkeit wird die Frau ausgegrenzt und zum Sündenbock gemacht“ (Hilmes 2003, 174). In der Folge entstehen in der Kunst und der Literatur neue, erotisch stark bedrohliche weibliche Figurentypen, die aber im Laufe der Narration unschädlich gemacht werden.

- 15 Beispiele für Kältefrauen sind E.T.A. Hoffmanns „Olimpia“ aus der Erzählung *Der Sandmann* (Berlin 1817) oder die „Maria“ aus *Thea von Harbous*, von Fritz Lang verfilmtem Roman *Metropolis* (Berlin 1923) (vgl. Baureithel 1993, 116 ff.). Auch in der Science Fiction finden sich zahlreiche Beispiele für „Kältefrauen“, die gleichzeitig wirklich aus Metall sind, weil sie Roboter, Cyborgs oder Androiden sind (vgl. Sennewald 2007, 151ff.).
- 16 Schmerl stellt bereits 1985 bei einer Analyse der Darstellung der Politikerin Monika Wulf-Mathies fest: „sowohl vorhandene Gefühle sowie deren zu kühle Reflexion werden ihr gleichzeitig angekreidet (...) Was ein guter männlicher Politiker idealerweise vereinen können soll, muß einer Frau offensichtlich in jedem Fall vorgehalten werden, auch wenn sie von beidem hat.“ (Schmerl 1985, 45, Kursivsetzung im Original).
- 17 Im folgenden Beispiel wurde sich auch in Bezug auf Merkel eines vampiresken Bildes bedient, diesmal aus der Pflanzenwelt: „Von Ferne gekommen, von oben aufgepfropft, nach unten gewachsen, die Partei als Stamm benutzt, inzwischen auf einem festen Stamm stehend: Man darf die Würgefeige als Allegorie auf Angela Merkel in der CDU begreifen“ (Schwennicke 2007). Ob Pflanzen- oder Menschenmetapher: Dahinter steckt das Bild der alles verschlingenden *Femme fatale*.

## Literatur

**Archer**, Dane u.a., 1985: „Männer-Köpfe, Frauen-Körper. Studien zur unterschiedlichen Abbildung von Frauen und Männern auf Pressefotos“. In: Schmerl, Christiane (Hg.): *In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien*. Köln, 53-75.

**Baumann**, Nina, 2008: „Die müde Kämpferin“. [http://www.focus.de/politik/ausland/auswahl/hillary-clinton\\_aid\\_232677.html](http://www.focus.de/politik/ausland/auswahl/hillary-clinton_aid_232677.html) (20.05.2008).

**Baureithel**, Ulrike, 1993: „Verbrannt im Eis ihrer Seele. Die ‚Kälte-Frau‘ als angsterzeugende und faszinierende Männerphantasie in der Moderne“. In: Treusch-Dieter, Gerburg (Hg.): *Das Böse ist immer und überall*. Berlin, 116-121.

**Cornelißen**, Waltraud, 1996: „Die Kategorie Geschlecht und ihr Erklärungspotential für die Aneignung von medialen Präsentationen“. In: Marci-Boehncke, Gudrun u.a. (Hg.): *BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung*. Weinheim, 15-35.

**Fleissner**, Karin, 2004: „Vor der Kür ist nach der Kür? Bundestagswahl 2002: Die Kandidatendebatte der Union im Spiegel der Pressefotografie“. In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.): *Visuelle Wahlkampfkommunikation*. Köln, 129-147.

**Hilmes**, Carola, 2003: „Femme Fatale“. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): *Handbuch Populäre Kultur*. Stuttgart, Weimar, 172-177.

**Jäger**, Siegfried, 1999: *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung* (2. überarbeitete und erweiterte Auflage). Duisburg.

**jba**: „CSU-Rebellin posiert im Domina-Outfit“. [http://www.focus.de/panorama/boulevard/gabriele-pauli\\_aid\\_51798.html](http://www.focus.de/panorama/boulevard/gabriele-pauli_aid_51798.html) (20.05.2008)

**Kammerer**, Steffi, 2007: „Sankt Pauli“. Park Avenue H. 4.

**Lehnert**, Gertrud, 1999: „Androgynie und Mode“. In: Bock, Ulla/Alfermann, Dorothee (Hg.): *Androgynie. Vielfalt der Möglichkeiten*. Stuttgart, 118-130.

**Link**, Jürgen, 1997: *Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird*. Opladen.

**löh/AFP**, 2008: „Clinton den Tränen nahe“. [http://www.focus.de/politik/ausland/uswahl/wahlkampf\\_aid\\_232515.html](http://www.focus.de/politik/ausland/uswahl/wahlkampf_aid_232515.html) (20.05.2008).

**MacDonald, Elizabeth/Schoenberger**, Chana R., 2007: „The World’s 100 Most Powerful Women“. [http://www.forbes.com/business/2007/08/30/most-powerful-women-biz-07women-cz\\_em\\_cs\\_0830power\\_land.html](http://www.forbes.com/business/2007/08/30/most-powerful-women-biz-07women-cz_em_cs_0830power_land.html) (20.05.2008).

**Maier**, Jens, 2008: „Frau Kanzlerin zeigt Dekolletee“. <http://www.stern.de/lifestyle/mode/617115.html?q=Frau%20Kanzlerin%20zeigt%20Dekolletee> (20.05.2008).

- Meckel, Miriam**, 2008: „Die verspätete Frau“. <http://www.zeit.de/2008/06/Faktor-Frau> (20.05.2008).
- Mühlen Achs, Gitta**, 1995: „Frauenbilder: Konstruktionen des anderen Geschlechts“. In: Mühlen Achs, Gitta/Schorb, Bernd (Hg.): *Geschlecht und Medien*. München, 13-37.
- Mühlen Achs, Gitta**, 2003: *Wer führt? Körpersprache und die Ordnung der Geschlechter*. München.
- o.N. mit AP/dpa**, 2007: Wirbel um Vamp-Fotos der „schönen Landrätin.“ <http://www.stern.de/politik/deutschland/585816.html?q=Vamp-Fotos> (20.05.2008).
- Riviere, Joan**, 1994: „Weiblichkeit als Maskerade“. In: Weissberg, Liliane (Hg.): *Weiblichkeit als Maskerade*. Frankfurt/M., 34-47.
- Reuters/dpa/AP/mako/ckn**, 2008: „Hillary Clinton ringt mit den Tränen“. <http://www.sueddeutsche.de/ausland/artikel/636/151258/> (20.05.2008)
- Schlieben, Michael**: „Landrätin in Latex“. <http://www.zeit.de/online/2007/14/pauli-fotos> (20.05.2008).
- Schmerl, Christiane**, 1985: „Die öffentliche Inszenierung der Geschlechtercharaktere: Berichtserstattung über Frauen und Männer in der deutschen Presse“. In: Schmerl, Christiane (Hg.): *In die Presse geraten. Darstellung von Frauen in der Presse und Frauenarbeit in den Medien*. Köln, 7-52.
- Schwennicke, Christoph**, 2007: „Die Herrin von Schloss ungefähr.“ <http://wissen.spiegel.de/wissen/dokument/dokument-druck.html?id=54154561&top=SPIEGEL> (20.05.2008).
- Seibel, Andrea**, 2008: „Die neue Opulenz der Kanzlerin.“ [http://www.welt.de/lifestyle/article1901140/Die\\_neue\\_Opulenz\\_der\\_Kanzlerin.html](http://www.welt.de/lifestyle/article1901140/Die_neue_Opulenz_der_Kanzlerin.html) (20.05.2008).
- Seils, Christoph**, 2007: „Lynch-Stimmung.“ <http://www.zeit.de/online/2007/09/csu-pauli> (20.05.2008).
- Sennewald, Nadja**, 2007: *Alien Gender. Die Inszenierung von Geschlecht in Science-Fiction-Serien*. Bielefeld.
- Solms-Laubach, Franz**, 2007: „So könnte Pauli auch als Domina arbeiten“. [http://www.welt.de/politik/article781795/So\\_koennte\\_Pauli\\_auch\\_als\\_Domina\\_arbeiten.html](http://www.welt.de/politik/article781795/So_koennte_Pauli_auch_als_Domina_arbeiten.html)(20.05.2008).
- Strohmaier, Brenda**, 2008: „Wieviel Dekolleté darf eine Kanzlerin zeigen?“ [http://www.welt.de/lifestyle/article1899926/Wieviel\\_Dekollet\\_darf\\_eine\\_Kanzlerin\\_zeigen.html](http://www.welt.de/lifestyle/article1899926/Wieviel_Dekollet_darf_eine_Kanzlerin_zeigen.html) (20.05.2008).
- Wikipedia**. Die freie Enzyklopädie: „Nipplegate.“ <http://de.wikipedia.org/wiki/Nipplegate> (20.05.2008).
- Winter, Sabine**, 2001: *Sexismus in deutschen Nachrichtenmagazinen. Geschlechtsspezifische Darstellungs konventionen in SPIEGEL und FOCUS*. Münster u.a.
- Wittrock, Phillip**, 2007: „Fesche Fotos von der Latex-Landrätin“ <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,474224,00.html> (20.05.2008).

## Bildquellen

- Abb. 1: Angela Merkel, © Reuters. In: Maier, Jens, 2008: „Frau Kanzlerin zeigt Dekolletee.“ <http://www.stern.de/lifestyle/mode/617115.html?q=Frau%20Kanzlerin%20zeigt%20Dekolletee> (20.05.2008).
- Abb. 2: Gabriele Pauli, © Park Avenue. In: Wittrock, Phillip, 2007: „Fesche Fotos von der Latex-Landrätin“ <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,474224,00.html> (20.05.2008).
- Abb. 3: Hillary Clinton, © Reuters. In: löh/AFP, 2008: „Clinton den Tränen nahe.“ [http://www.focus.de/politik/ausland/uswahl/wahlkampf\\_aid\\_232515.html](http://www.focus.de/politik/ausland/uswahl/wahlkampf_aid_232515.html) (20.05.2008).