

Hochschule Esslingen

Fakultät Soziale Arbeit, Gesundheit und Pflege  
Studiengang Soziale Arbeit Bachelor of Arts

Bachelorarbeit

***Geschlechterkonstruktionen in  
Jugendmedien***

***im Hinblick auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung im  
Jugendalter***

vorgelegt von

Sonja Lohrmann

Matrikel Nr. 24745

Ebersbacher Str. 5

70327 Stuttgart

sonja.lohrmann@gmx.de

Betreuerin: Prof. Dr. Maria Bitzan

Zweitprüferin: Prof. Dr. Birgit Meyer

Stuttgart, 14.11.2008

## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung .....	3
2. Geschlecht als soziale Konstruktion .....	5
3. Lebenswelt von Jugendlichen .....	10
3.1 Jugendphase .....	10
3.2 Ergebnisse aus Jugendstudien .....	12
3.3 Geschlechtsspezifische Sozialisationserfahrungen.....	15
4. Bedeutung von Medien im Jugendalter .....	21
4.1 Jugendliche Medienrezeption .....	22
4.2 Jugendliche Mediensozialisation.....	24
4.3 Geschlechtsspezifische Mediensozialisationen .....	26
4.4 Identitätsentwicklung durch Mediennutzung .....	30
5. Darstellung von Geschlecht in Jugendzeitschriften .....	36
5.1 Einordnung in bisherige Forschungen .....	36
5.2 Untersuchte Zeitschriften und Untersuchungskriterien.....	38
5.2.1 Begründung der Auswahl .....	38
5.2.2 Untersuchte Zeitschriften .....	39
5.2.3 Untersuchungskategorien .....	40
5.3 Untersuchungsergebnisse .....	41
5.4 Zusammenfassende Erkenntnisse .....	52
6. Geschlechterbewusste Soziale Arbeit mit Jugendlichen .....	55
6.1 Genderkompetenz.....	55
6.2 Medienkompetenz .....	58
6.3 Geschlechterbewusste Medienpädagogik .....	60
7. Fazit .....	64
Anhangverzeichnis .....	66
Anhang .....	67
Literatur- und Quellenverzeichnis .....	74
Erklärung .....	79

## 1 Einleitung

Im September 2008 beschloss das EU-Parlament, gegen geschlechterstereotype Darstellungen in der Werbung und in den Medien vorzugehen. Als Hintergrund für ihre Forderung nennt die Initiatorin, die Abgeordnete des Europaparlaments Eva-Britt Svensson, den Einfluss der Medien auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung von Kindern und Jugendlichen. Sie geht davon aus, dass in den Medien Frauen und Männer bzw. Mädchen und Jungen stereotyp dargestellt werden und dass diese Darstellungen die Ungleichheiten zwischen den Geschlechtern verstärken. (vgl. <http://www.europarl.europa.eu//sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0199+0+DOC+XML+V0//DE>, 7.10.2008) Diese These greife ich in der vorliegenden Arbeit auf.

Denn die Art und Weise, wie ein Mensch seine Identität entwickelt, hängt von einer entscheidenden Zuweisungskategorie ab: Dem Geschlecht. Von Geburt an trägt die Gesellschaft bestimmte Vorstellungen und Erwartungen an ein Kind heran - abhängig vom Geschlecht. In sozialen Interaktionen passen sich Mädchen und Jungen sowie Frauen und Männer diesen Erwartungen an und verhalten sich den Geschlechterzuschreibungen entsprechend. Besonders im Jugendalter beschäftigen sich Mädchen und Jungen mit ihrer Identität und ihrem Geschlecht. In welcher Art und Weise sich die Geschlechtsidentität entwickelt, wird von der jeweiligen Sozialisation beeinflusst, in welcher sie aufwachsen. Zur Sozialisation gehören heute zweifellos die Medien. Zeitschriften, Musik, Internet, Computerspiele, Fernsehserien und die Werbung nehmen einen wichtigen Platz in der Lebenswelt von Jugendlichen ein. Es wird darum auch von einer Mediensozialisation gesprochen, in der Jugendliche aufwachsen. Medien haben folglich auch einen Einfluss auf die Identitätsentwicklung von Jugendlichen und beeinflussen deren individuellen Geschlechter-Rollenbilder. Demzufolge ist es von erheblicher Bedeutung, wie die Geschlechter in den Medien konstruiert werden. Sind in erster Linie stereotype Weiblichkeits- und Männlichkeitsbilder dargestellt oder werden auch alternative Rollenmuster aufgezeigt? Für die Soziale Arbeit ist die Auseinandersetzung mit der Geschlechterkonstruktion in Jugendmedien unerlässlich, um die Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen nachzuvollziehen und zu unterstützen.

In der folgenden Arbeit gehe ich der Frage der Geschlechterkonstruktionen in Jugendmedien nach, da ich darin eine Ursache für die nach wie vor bestehenden traditionellen hierarchischen Geschlechtervorstellungen in unserer Gesellschaft vermute. Für die Soziale Arbeit ist es meines Erachtens notwendig, sich mit der Lebenswelt von Jugendlichen auseinanderzusetzen und die Teilbereiche der Sozialisation als Einflussfaktor für die Identitätsentwicklung zu kennen. In dieser Arbeit nehme ich den Bereich der Medien hinsichtlich der Geschlechterfrage in den Blick.

Als Grundlage dafür setze ich mich zunächst in Kapitel 2 mit der Thematik der Geschlechterkonstruktion und deren Problematik auseinander. In Kapitel 3 gebe ich einen Einblick in die Lebenswelt der Jugendlichen unserer Gesellschaft, wobei der Fokus auf den geschlechtsspezifischen Sozialisationserfahrungen liegt. Darauf basierend wird in Kapitel 4 der Stellenwert der Medien im jugendlichen Sozialisationsprozess dargestellt, indem das Mediennutzungsverhalten sowie die geschlechtsspezifischen Merkmale der Mediensozialisation im Hinblick auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung aufgezeigt werden. In Kapitel 5 stelle ich die Ergebnisse meiner Untersuchung bezüglich der Geschlechterdarstellungen in Jugendmedien dar. Dabei ist die Untersuchung eingegrenzt, indem der Schwerpunkt auf Jugendzeitschriften liegt. Nach wie vor werden Jugendzeitschriften von vielen Jugendlichen genutzt, etwa ein Drittel aller Jugendlichen beschäftigt sich täglich oder mehrmals in der Woche mit Zeitschriften (vgl. JIM-Studie 2007:12). Jugendzeitschriften bieten inhaltlich eine Zusammenstellung von mehreren Jugendmedien, wie Musik, Kinofilme und Fernsehen und geben somit einen Überblick über die Medienwelt an sich. Abschließend gehe ich in Kapitel 6 aufgrund der gewonnenen Erkenntnisse dieser Arbeit auf die medienpädagogischen Konsequenzen einer geschlechterbewussten Sozialen Arbeit mit Jugendlichen ein. Zusammenfassende Erkenntnisse der Arbeit sind im Fazit dargestellt.

## 2 Geschlecht als soziale Konstruktion

In der Auseinandersetzung mit dem Thema *Geschlechterkonstruktionen in Jugendmedien* stütze ich mich auf die aktuellen feministischen Theorien, die davon ausgehen, dass Geschlechter sozial konstruiert sind. Um die Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen zu verstehen, ist es unerlässlich, sich mit dem Geschlechterverhältnis in unserer Gesellschaft zu beschäftigen. In diesem Kapitel gebe ich einen Überblick über die aktuellen Theorien der Geschlechterkonstruktion. Dabei gehe ich ein auf die Merkmale der Geschlechterordnung, das Prinzip des „Doing Gender“ und die Unterscheidung von „Sex“ und „Gender“. Dieses Kapitel vertieft die Theorien nicht im Detail, sondern soll als Einführung in das Thema dienen. In den folgenden Kapiteln wird auf einzelne Punkte Bezug genommen und teilweise vertiefend dargestellt.

Die Geschlechterordnung unserer Gesellschaft enthält laut Jürgen Budde (2003) folgende vier Merkmale: „Dichotomie“, „Exklusivität“, „Heteronormalität“ und „Hierarchie“. Das Merkmal *Dichotomie* besagt, dass Frau und Mann in unserer Gesellschaft grundsätzlich verschieden sind, was eine Zweiteilung der gesellschaftlichen Ordnung in nahezu allen Lebensbereichen erfordert (z.B. Kleidung, Toilettennutzung, Arbeit). Der Begriff *Exklusivität* drückt aus, dass es kein dazwischen oder sowohl als auch gibt, sondern man ist entweder Frau oder Mann. Die *Heteronormalität* lässt keine anderen Lebensformen als die gegensätzliche und ergänzende Form von Frau mit Mann zu. *Hierarchie* bedeutet eine unterschiedlich bewertete Stellung von Weiblichem und Männlichem. Dabei gilt das Männliche als dominant, das Weibliche ist diesem angepasst und untergeordnet. Diese Merkmale finden sich an verschiedenen Stellen unterschiedlich ausgeprägt wieder. Sie sind nicht offiziell (z.B. durch Gesetze) festgehalten, sondern wirken unterschwellig und beeinflussen meist unbemerkt das gesellschaftliche Leben. (vgl. Budde 2003:11-14)

Damit diese Merkmale der Geschlechterordnung funktionieren, braucht es die Vorstellung, dass es einen Grund dafür gibt. Dieser Grund wird immer wieder in der Natur, der biologischen Wahrheit, gesucht. In unserer Gesellschaft gilt die Zweigeschlechtlichkeit als eine naturgegebene Tatsache, die als selbstverständlich hingenommen wird. Diese Natürlichkeit der Zweigeschlechtlichkeit und die damit verbundenen Differenzen zwischen den Geschlechtern werden in aktuellen feministischen Theorien angezweifelt. Gildemeister und Wetterer (1992) machen deutlich, dass in aktuellen Theorien nicht mehr nach den Differenzen zwischen den Geschlechtern gefragt wird, sondern danach, wie es zu dieser Konstruktion kommt und aus welchen Gründen Frauen durch ungleiche ökonomische Verteilung und hierarchische Strukturen einen geringeren Stellenwert in unserer Gesellschaft haben. (vgl. Gildemeister/Wetterer, 1992: 201-214)

Die Annahme, dass die Geschlechter sozial konstruiert werden, hat zur Folge, dass sie veränderbar sind.

Man kommt nicht als Frau zur Welt, man wird es. Keine biologische, psychische oder ökonomische Bestimmung legt die Gestalt fest, die der weibliche Mensch in der Gesellschaft annimmt (de Beauvoir 1997:334).

Als Simone de Beauvoir 1949 diese Annahme in ihrem Buch „Das andere Geschlecht“ veröffentlichte, sollte es noch Jahre dauern, bis diese in die Denkweise des Feminismus übernommen wurde. Die Grundannahme Beauvoirs tauchte später in Form der Sex und Gender - Unterscheidung auf. Die Unterscheidung von Sex und Gender stammt aus den amerikanisch-englischsprachigen Diskussionen und wurde erstmals 1972 von der britischen Soziologin Ann Oakley in diesem Zusammenhang verwendet (vgl. Frey/Dingler 2001:7). Die Begriffe wurden in die deutsche Sprache übernommen. Sex ist das biologische Geschlecht, „determiniert durch Anatomie, Morphologie, Physiologie und Hormone“ (Gildemeister/Wetterer 1992:205). Mit Gender wird die sozial und kulturell geprägte Geschlechtsidentität beschrieben. Mit dieser Unterscheidung sollte der Legitimation der Geschlechterunterschiede durch die Natur entgegengetreten werden. Gildemeister und Wetterer kritisieren daran jedoch, dass in dieser Unterscheidung mit Sex wieder ein Teil der Geschlechterunterschiede der Natur zugeordnet wird. Sie sprechen von einem „bloß verlagerten Biologismus“ (Gildemeister/Wetterer 1992:206). Sie kritisieren folglich, dass bei dieser Unterscheidung wieder von einem biologischen Einfluss auf das soziale Geschlecht, also Gender, ausgegangen wird. Sie fordern darum, von einer „Null-Hypothese“ auszugehen, bei der es keine Zweigeschlechtlichkeit von Natur aus gibt. Dies ist darum wichtig, weil der Verweis auf die Natur in unserer Gesellschaft zur Legitimation für Geschlechterunterschiede und somit der Festigung der Hegemonie dient. Gildemeister und Wetterer verweisen auf West und Zimmerman, die davon ausgehen, dass Geschlechter durch Interaktionen konstruiert werden. Bei der sozialen Konstruktion spielen drei Faktoren eine Rolle:

1. Das körperliche Geschlecht (Sex), das bei der Geburt aufgrund kultureller Klassifikationsmuster bestimmt wird.
2. Die soziale Zuordnung zu einem Geschlecht (Sex Category), d.h. welches Geschlecht nach außen hin dargestellt wird, durch Kleidung oder Körpersprache.
3. Das soziale Geschlecht (Gender) zeigt sich in Verhaltensweisen, die in Interaktionen zum Ausdruck gebracht und verfestigt werden. (vgl. West/Zimmermann 1991 in Gildemeister/Wetterer 1992, 212-213)

Diese drei Faktoren sind unabhängig voneinander und konstruieren das soziale Geschlecht. Aus dieser Unterteilung geht hervor, dass Zweigeschlechtlichkeit nicht durch die

Biologie bestimmt wird. Die Natur gilt zudem nicht als ursprünglich und als unkritisch hinnehmbar, sondern als kulturell gedeutet. Die Kategorisierung der Geschlechterrollen ist somit historisch bedingt. Knapp führt auf, „dass neben Verhaltensdispositionen auch Körperwahrnehmung, körperliche Praxen und körperliches Aussehen von Frauen und Männern etwas mit den Lebensbedingungen zu tun haben, mit der spezifischen Art und Weise, in der gegessen, gearbeitet, gewohnt, gekämpft, geliebt, gespielt und kommuniziert wird, dass infolgedessen auch Körperlichkeit nichts Außerhistorisches ist (...)“ (Knapp, 2000:67). Die geschlechtsspezifischen Eigenschaften und Verhaltensweisen werden demzufolge durch Kommunikationen und durch das Zusammenleben erlernt. Die Annahme, dass Geschlecht eine Eigenschaft einer Person ist, ist nach dieser Theorie nicht mehr haltbar, da die Interaktion als Herstellungs- und Verfestigungsprozess gilt.

Die Herstellung der Geschlechter durch Interaktionen ist jedoch keineswegs sichtbar, sondern bleibt in den meisten Fällen unbemerkt, was dazu führt, die Ursache in der Biologie zu vermuten. Doch hier gilt es, genau hinzusehen, wo und wodurch Geschlechter hergestellt werden. Denn eine Geschlechtertrennung bewirkt eine Unterdrückung der Frauen, was Gildemeister und Wetterer (1992) am Beispiel der Arbeitsteilung untersucht haben. So haben sich die Arbeiten und die Berufe in der Vergangenheit durchaus verändert, Frauenberufe wurden zu Männerberufen und umgekehrt. Jedoch wurden immer die Berufe bzw. die Tätigkeiten, die von Frauen ausgeübt wurden, weniger gewertet und weniger anerkannt. Gildemeister und Wetterer berichten von Untersuchungen, in denen festgestellt wurde, dass nicht die Tätigkeiten selbst für den hohen Frauenanteil eines Berufes ausschlaggebend waren und sind, sondern die Bewertung durch die Gesellschaft. Durch die Verknüpfung der angeblich weiblichen Eigenschaften mit der jeweiligen Tätigkeit, entsteht mit der Zeit ein Mythos, nach dem Frauen eben für bestimmte Berufe besonders geeignet sind. Der Herstellungsprozess ist verschwunden, es wird wieder mit der Natur argumentiert. Mit diesem Prozess der Vergeschlechtlichung wird auch die Geschlechterhierarchie verfestigt. Gildemeister und Wetterer sprechen auch von einem „Gleichheitstabu“, nach dem es so gewollt wird, dass Frauen und Männer unterschiedliche Verhaltensweisen zeigen und unterschiedlichen Arbeiten nachgehen - eine wichtige Voraussetzung für ein hierarchisches Verhältnis. Darum muss an der Untersuchung der Konstruktion von Differenz angesetzt werden, um dieses Gleichheitstabu aufzudecken. Dazu sind zwei wichtige Grundannahmen von Gildemeister und Wetterer zu beachten:

1. Die Natur der Zweigeschlechtlichkeit ist ein Missverständnis
2. Die Zweigeschlechtlichkeit ist sozial konstruiert und dient lediglich der Herstellung sozialer Ordnung, welche die Hierarchie mit einschließt.

Die Geschlechterdifferenzen werden tagtäglich durch konkrete Handlungs- und Verhaltensweisen wiederhergestellt und gefestigt, wodurch Geschlecht als Naturtatsache hin-

genommen wird. Dieses *Doing Gender* findet in allen Angelegenheiten des täglichen Lebens statt. (vgl. Gildemeister/Wetterer 1992: 217-230) Diese „Gender-Arbeit“ machen nach Kessler und McKenna (in Gildemeister/Wetterer 1992: 236-237) die „Rezipienten“, nicht die Person selbst. Butler (in Budde 2003:17) hält die Sprache für das wichtigste Instrument des *Doing Gender*. Erst durch die Sprache wird ihr zufolge der Geschlechterunterschied vermittelt. Im Zeitalter der Massenmedien ist diese enorme Bedeutung von Sprache zu hinterfragen, da die Wirkung von Bildern sicher nicht zu unterschätzen ist. Und gerade Bilder betonen die Wichtigkeit von Körpern, welche ein wichtiges Kriterium zur Kategorisierung von Geschlecht darstellen. Jürgen Budde verweist zudem auf den Zusammenhang von Körper und der Stellung in der Gesellschaft:

Die Soziale Konstruktion von Geschlecht stützt sich notwendigerweise auf die Materialität, auf die Verkörperung. Die Körper werden zweigeteilt und biologisiert und mit einem je geschlechtlichen Habitus versehen, der wiederum als Beitrag zum Diskurs über Geschlecht gesehen werden kann. (Budde 2003:20)

Eine einmal getroffene Klassifikation muss aufrechterhalten werden, damit die eigene soziale Ordnung beibehalten wird. West und Zimmerman beschreiben Geschlecht folgendermaßen:

Wir betrachten das Geschlecht weniger als Eigenschaft von Individuen, sondern vielmehr als ein Element, das ins sozialen Situationen entsteht: Es ist sowohl das Ergebnis wie auch die Rechtfertigung verschiedener sozialer Arrangements sowie ein Mittel, eine der grundlegenden Teilungen der Gesellschaft zu legitimieren. (West/Zimmermann 1991 in Gildemeister/Wetterer 1992:237)

Die Grundkategorien der Geschlechter sind von der Interaktion und deren gesellschaftlicher Einigung über Geschlecht abhängig. Dadurch werden Geschlechterkategorisierungen in jeder Person eingelagert und steuern die Wahrnehmung, das Denken und die Gefühle der jeweiligen Person. Auf dieser Grundlage „bildet sich qua Analogiebildung ein ganzes institutionelles Geflecht, ohne dass die Klassifikation selber darin notwendig thematisch wird. Die Verpflichtung, entweder Frau *oder* Mann zu ‚sein‘, wirkt subtil als ein invarianter, aber fast unbemerkter Hintergrund in der handlungspraktischen Realisierung sozialer Situationen“ (Gildemeister/Wetterer 1992:245). Dieser Prozess der Klassifikation ist Basis für den Identitätserwerb, der nicht unabhängig der Geschlechterkategorien stattfinden kann, welche dadurch die gesamte Lebensgeschichte beeinflussen. Angela Tillmann setzt Gender mit dem Begriff der *Geschlechtsidentität* gleich (vgl. Tillmann 2008:64). Die Geschlechtsidentität ist demzufolge und den bisherigen Ausführungen zu-



folge sozial konstruiert. Die Sozialisation einer Person ist darum entscheidend für die Geschlechtsidentitätsentwicklung. Im Hinblick auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung im Jugendalter wird in Kapitel 3.3 die geschlechtsspezifische Sozialisation und in Kapitel 4.4 die geschlechtsspezifische Mediensozialisation genauer erläutert.

In der aktuellen Frauenforschung und Frauenbewegung wird im Zuge der *Dekonstruktion* versucht, den Herstellungsmodus der Geschlechterdifferenzen aufzuschlüsseln. Das heißt, die verdeckten Mechanismen, die Geschlecht herstellen, sollen aufgespürt werden. Dabei kommt ein Problem zum Vorschein: Um die Differenzursachen herauszufinden, müssen die Differenzen zunächst einmal sichtbar gemacht werden. Genau dies möchte aber eigentlich vermieden werden, da es zu einer „erneuten ‚Dramatisierung‘ der Geschlechterdifferenz“ führt (Gildemeister/Wetterer 1992:248). Auch in dieser Arbeit werden in Bezug auf die Medien in Kapitel 5 die Differenzen der Geschlechterdarstellungen aufgezeigt, was als Dramatisierung der Geschlechterdifferenz verstanden werden könnte. Doch ohne diesen Schritt der Analyse kann der nächste Schritt, nämlich die Entgegensteuerung, nicht geschehen.

Die Tatsache, dass Geschlechter sozial konstruiert sind, spielt auch im weiteren Verlauf dieser Arbeit eine Rolle. Dabei beziehe ich mich im Folgenden im Zusammenhang mit den Medien auf die Sozialisation von Jugendlichen und die Soziale Arbeit mit Jugendlichen.

## 3 Lebenswelt von Jugendlichen

Um die Geschlechtsidentitätsentwicklung im Jugendalter zu verstehen, muss dieser Lebensabschnitt näher betrachtet werden. In diesem Kapitel wird zunächst in 3.1 auf die Jugendphase als biographisch einzuordnender Bestandteil eingegangen. Um den Begriff Jugend in die heutige Zeit einzuordnen, wird in Abschnitt 3.2 die Lebenswelt der heutigen Jugend anhand aktueller Jugendstudien dargestellt. Die spezifische Entwicklung der Geschlechtsidentität wird veranschaulicht, indem anschließend in 3.3 die weibliche und männliche Sozialisation aufgezeigt wird.

### 3.1 Jugendphase

In diesem Unterkapitel widme ich mich der Jugendphase, wie sie in unserer heutigen Zeit gesehen und bewertet wird und benenne wichtige Herausforderungen dieser Lebensphase.

Rechtlich gesehen gilt man in Deutschland im Alter von 18 Jahren heranwachsend und mit 21 erwachsen. Doch Schweer (2003:9) fordert, den Begriff Jugend nicht so eng zu fassen, er sieht die entscheidenden Merkmale in der Bewältigung der Entwicklungsaufgaben, die neben der körperlichen auch die kognitiven und sozialen Entwicklungen umfassen. Auf die Entwicklungsaufgaben wird in Bezug auf die Medien in Kapitel 4 eingegangen.

Die Sozialgruppe Jugend umschreibt zunächst einmal eine bestimmte Altersgruppe, an die bestimmte gesellschaftliche Erwartungen herangetragen werden. Jugend wurde lange als Statuspassage verstanden, eine Übergangsphase vom Kindsein in die Erwachsenenrolle. In dieser Phase galt es, sich auf das Erwachsenenleben vorzubereiten. Die jungen Männer hatten sich mit der beruflichen Qualifikation zu beschäftigen und die jungen Frauen mit der Vorbereitung auf das zukünftige Familienleben. Daran hat sich in den letzten Jahrzehnten einiges geändert. Jugend lässt sich nicht mehr als bloße Übergangsphase sehen, sondern als ein eigenständiger Status in der Gesellschaft. Nach den Erkenntnissen der Jugendforschung ist die Jugendphase länger geworden. Die Kindheit hört heute früher auf und es dauert länger, bis das so genannte Erwachsenenleben (Ablösung von der Herkunftsfamilie, ökonomische Selbständigkeit, Eintritt ins Berufsleben) beginnt. So beschreibt Münchmeier, dass es früher typisch für die 15- bis 19-Jährigen war, sich demonstrativ abzulösen und sich selbst auszuprobieren. Inzwischen verlagern sich diese

Verhaltensformen biographisch nach vorne in das Alter von 10- bis 14Jährigen. (vgl. Münchmeier 2005:825)

Münchmeier spricht von zwei Jugendphasen, wobei die erste Phase die der Schulzeit ist und die zweite Phase die nachschulische Jugendphase. Die Lebensalterzeit der zweiten Phase war früher die Familien- und Existenzgründungsphase, doch heute fehlen dazu häufig die ökonomischen Mittel. Münchmeier bezeichnet die heutige Jugendphase als „Bildungs- und Orientierungsphase“. Die Jugendphase ist von Schule und Ausbildung gekennzeichnet. Die Jugendlichen durchlaufen eine längere Schulzeit als früher, was zur Verlängerung der Jugendphase beiträgt. So waren 1962 fast 40% der 16- bis 18Jährigen erwerbstätig und nur 20% gingen noch zur Schule, die restlichen Jugendlichen waren in Ausbildung. Heute sind nur 5% der 16- bis 20Jährigen erwerbstätig, wogegen 70% die Schule oder Hochschule besuchen. (vgl. Münchmeier 2005:819) Die verlängerte Schulzeit hat auch zur Folge, dass sich Jugendliche länger in altershomogenen Gruppen aufhalten. So sind Jugendliche weniger mit Erwachsenen konfrontiert, mit denen sie sich auseinandersetzen müssen. Ein Merkmal heutiger Jugendlicher ist es zudem, dass sie sich nicht mehr primär von Erwachsenen abgrenzen wollen, um selber eine eigene Identität zu finden. Viel wichtiger ist die Gleichaltrigengruppe. Jugendliche wollen dazugehören und von den anderen Jugendlichen Anerkennung erfahren. Dies hat Auswirkungen auf den Identitätsfindungsprozess. So spricht Spranger (in Münchmeier 2005:820) davon, dass heute nicht mehr die Differenz zu den Erwachsenen im Vordergrund steht, sondern die Identifikation und die Imitation von anderen Jugendlichen.

Jugendliche befinden sich in einem enormen Leistungsdruck: Die Eltern wollen, dass ihre Kinder materiell und sozial besser gestellt werden als sie selbst, also z.B. einen höherwertigen Schulabschluss erlangen. Es werden heute höhere Schulabschlüsse erwartet als noch vor ein paar Jahrzehnten. Durch einen höheren Bildungsabschluss haben Jugendliche bessere Chancen auf einen Ausbildungsplatz. Jedoch ist mit einem guten Schulabschluss nicht automatisch ein sicherer Arbeitsplatz zu erwarten. Jugendliche beschäftigen sich mit diesen Problemen der Arbeitswelt. Die Jugendforschung zeigt, dass diese Probleme die Jugendlichen mehr beschäftigen als die bisher als typisch geltenden Probleme der Identitätsfindung, des Selbständigwerdens und der Partnerwahl. Die Biographie eines jungen Menschen ist heute längst nicht mehr so geradlinig, vorhersehbar und planbar wie noch vor einigen Jahrzehnten. In der Bildungsbiographie durchlaufen die Jugendlichen laut Münchmeier viele Umwege und Warteschleifen. Zu berücksichtigen sind in diesem Zusammenhang auch Migranten und deren Kinder. Sie sind besonders betroffen von schulischen und arbeitsmarktbezogenen Schwierigkeiten. Migrantenjugendliche sind neben den genannten Jugendproblemen mit zusätzlichen Problemen wie höhe-

ren Zugangsbarrieren und sonstigen Benachteiligungen konfrontiert. (vgl. Münchmeier 2005: 825-827)

## 3.2 Ergebnisse aus Jugendstudien

Um einen Einblick in die Lebenswelt der heutigen Jugend zu geben, stelle ich im Folgenden einzelne aktuelle Ergebnisse der Jugend, Information, Multimedia (JIM) - Studie 2007 und der Shell-Studie 2006 dar.

Im Rahmen der JIM-Studie 2007<sup>1</sup> wurden Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren zu ihrer Lebenssituation und ihrer Zukunft befragt. Dabei stimmen 78% der Aussage „Um einen Beruf zu bekommen, muss man immer wieder neue Sachen dazulernen“ voll und ganz zu. Demnach ist den Jugendlichen bewusst, dass Bildung ein wichtiges Element für das Berufsleben darstellt.

Die Familie hat bei den Jugendlichen einen hohen Stellenwert, 73% wollen später einmal eine eigene Familie haben, wobei dieser Wunsch bei den Mädchen (76%) etwas häufiger vorkommt als bei den Jungen (71%). Auch wenn es ums Geld geht, zeigen sich Unterschiede. Für die Jungen, und für Jugendliche mit niedrigem Schulhintergrund ist es sehr viel wichtiger, später einmal gut zu verdienen. Die Kategorie Spaß und Freizeit ist für die jüngeren (78%) wichtiger als für die älteren Jugendlichen (57%), für HauptschülerInnen (76%) ist es wichtiger als für GymnasiastInnen (59%). Diese Kategorie hat sich seit 1998 stark verändert, damals wurde Spaß und Freizeit noch um einiges wichtiger eingestuft. Dies zeigt, dass gesellschaftliche Probleme wie Arbeitslosigkeit auch die Jugend belastet. Die JIM-Studie untersuchte zudem das Engagement der Jugendlichen in Vereinen. Demnach sind 84% der Jungen und 73% der Mädchen in Vereinen oder Gruppierungen engagiert. Auch hier ist der Bildungshintergrund bemerkbar: Mit 87% sind GymnasiastInnen deutlich mehr in Vereinen präsent als HauptschülerInnen mit 67%.

Im Monat stehen den Jugendlichen laut JIM-Studie rund 97 Euro im Monat zur Verfügung, wobei Jungen im Schnitt mehr in der Tasche haben (107 Euro) als Mädchen (86 Euro). Mädchen bekommen weniger Taschengeld und haben auch häufiger Nebenjobs, in denen sie weniger verdienen als Jungen. Schon im Jugendalter zeigen sich also geschlechtsspezifische Unterschiede bezüglich finanzieller Ressourcen.

(vgl. JIM-Studie 2007: 65-68)

---

<sup>1</sup> Die JIM-Studie wird seit 1998 jährlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest herausgegeben.

Die 15. Shell Jugendstudie 2006<sup>2</sup> untersuchte Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren und bezieht damit die jungen Erwachsenen mit ein. Zusammenfassend wird dort festgestellt:

Leistungsbereitschaft, Engagement und eine Orientierung an den konkreten und nahe liegenden Problemen prägen die Grundhaltung dieser Generation. Damit verbunden ist der Wunsch nach befriedigenden persönlichen Beziehungen.

([http://www.shell.com/static/dede/downloads/society\\_environment/shell\\_youth\\_study/2006/youth\\_study\\_2006\\_exposee.pdf](http://www.shell.com/static/dede/downloads/society_environment/shell_youth_study/2006/youth_study_2006_exposee.pdf), 29.07.2008)

Im Vergleich zu der 14. Shell Studie 2002 sind Jugendliche heute nicht mehr ganz so zuversichtlich, was ihre Zukunft betrifft. So machen sich 69% Sorgen, keine Beschäftigung zu finden bzw. arbeitslos zu werden, im Jahr 2002 waren es noch 55% der Jugendlichen. Die Shell-Studie bestätigt die Annahme, dass der Bildungsweg der Jugendlichen stark vom Elternhaus abhängt. Jugendliche aus sozial privilegierten Familien durchlaufen Schulen mit höherem Bildungsniveau und besuchen häufiger eine Hochschule. Jugendliche aus niedrigeren Schichten besuchen häufiger eine Hauptschule oder Sonderschule. Junge Frauen haben inzwischen im Schnitt eine höhere Schulbildung und streben einen höherwertigen Bildungsabschluss an. Jugendliche in Gymnasien sehen eher zuversichtlich in die Zukunft (57%) als HauptschülerInnen (38%).

Die Shell-Studie stellte ebenso wie die JIM-Studie fest, dass die Familie bei den Jugendlichen einen hohen Stellenwert hat. So sagen 72% der Jugendlichen aus, „dass man eine Familie braucht, um wirklich glücklich leben zu können“. Auch die Herkunftsfamilie wird positiv bewertet, so sind die meisten Jugendlichen zufrieden mit der Erziehung ihrer Eltern. Unter den 18- bis 21jährigen wohnen noch 73% bei den Eltern. Eigene Kinder wünschen sich 69% der Mädchen und 57% der Jungen.

Die Shell Studie misst den Gleichaltrigen eine wichtige Bedeutung zu, so spielen diese im Alltag eine größere Rolle als die Eltern. Gemeinsam mit den Gleichaltrigen beschäftigen sich die Jugendlichen auch überwiegend mit der Medienwelt. Die soziale Schicht, in denen die Jugendlichen aufwachsen, bestimmt die Freizeitgestaltung sowie das Gesundheitsverhalten. Jugendliche aus sozial benachteiligten Familien verbringen ihre Freizeit vorwiegend vor dem Fernseher oder mit Computerspielen, Jugendliche aus oberen sozialen Schichten hingegen verbringen mehr Zeit mit Lesen und mit kreativen bzw. künstlerischen Aktivitäten. Gesundheitsgefährdende Verhaltensweisen sind in unteren sozialen Schichten mehr verbreitet als in mittleren und oberen sozialen Schichten. So ernähren sich 46% der Jugendlichen aus sozial benachteiligten Familien ungesund (12% der Ober-

---

<sup>2</sup> Die Shell-Studie wird alle vier Jahre von der Shell AG in Auftrag gegeben.

schicht) und 38% bewegen sich zu wenig (14% der Oberschicht). Auch Zigarettenkonsum ist bei diesen Jugendlichen verbreiteter (37% zu 15%).

Lediglich 39% der Jugendlichen zeigen Interesse für Politik, wobei auch hier wieder die soziale Schicht und das Bildungsniveau eine Rolle spielt. Die Politik stellt für die Jugendlichen keinen wichtigen Bezugspunkt dar, an dem eine persönliche Identität festgemacht werden kann. Die Demokratie in Deutschland wird jedoch von der großen Mehrheit der Jugendlichen befürwortet. Jugendliche engagieren sich für gesellschaftliche Angelegenheiten. So sind 33% der Jugendlichen oft und 42% gelegentlich in Vereinen oder anderen Gruppierungen aktiv. (37% zu 15%).

Die Shell Studie bescheinigt den Jugendlichen eine insgesamt tolerante Haltung. Die Jugendlichen wurden bei der Untersuchung gefragt, was sie dazu sagen würden, wenn „in die Wohnung nebenan“ bestimmte Bevölkerungsgruppen einziehen würden. Mit 46% äußerten viele Jugendliche keine Vorbehalte. In den neuen Bundesländern sind die Vorbehalte jedoch nach wie vor ausgeprägter. Allgemein sprechen sich Jugendliche vermehrt gegen eine weitere Zuwanderung von Migranten aus.

Die Jugendlichen sind sich der Herausforderungen des demographischen Wandels bewusst, so halten 70% der Jugendlichen das Altern der Gesellschaft für ein großes Problem.

Die Europäische Union wird überwiegend positiv bewertet, wobei im Vergleich zur letzten Shell Studie eine kritischere Stimmung zu verzeichnen ist.

Bei den Jugendlichen liegen Freundschaft und Familie ganz vorne, gleichzeitig ist ihnen Unabhängigkeit und Individualität sehr wichtig. Werte wie Gesundheitsbewusstsein, Fleiß und Ehrgeiz oder Religiosität spielen für junge Frauen eine größere Rolle als für junge Männer.

Abschließend wird in der der Shell Studie zusammengefasst: „Viel also teilt sich mit von Sorgen um die Zukunft, von bescheidenen Wünschen, von Leistungsstreben, von Familiensinn und Verantwortung. Unbekümmertheit und Unbeschwertheit - nach Definition der Jugendlichen ‚eigentlich‘ Kennzeichen der Jugendphase - sind wenig zu spüren.“

([http://www.shell.com/static/de-de/downloads/society\\_environment/shell\\_youth\\_study/2006/youth\\_study\\_2006\\_exposee.pdf](http://www.shell.com/static/de-de/downloads/society_environment/shell_youth_study/2006/youth_study_2006_exposee.pdf), 29.07.2008)

Diese Erkenntnis der Shell-Studie macht noch einmal den Wandel der Jugend in den letzten Jahrzehnten deutlich. Jugendliche werden heute schon früh mit vielen Anforderungen der Gesellschaft und der Arbeitswelt konfrontiert. Große Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen sind nur in wenigen Bereichen (z.B. Kinderwunsch) zu finden. Deutlicher sind dagegen Unterschiede zwischen den Bildungsschichten abzulesen. Dass Mädchen und Jungen dennoch verschiedene Sozialisationsbedingungen in ihrer Kindheit und Jugend vorfinden, zeige ich im Folgenden auf.

### 3.3 Geschlechtsspezifische Sozialisationserfahrungen

In diesem Unterkapitel wird die geschlechtsspezifische Sozialisation dargestellt, um die Geschlechtsidentitätsentwicklung beider Geschlechter in Kindheit und Jugendalter zu verdeutlichen. Hier wird an Kapitel 2 angeknüpft, jedoch speziell auf die Sozialisation von Mädchen und Jungen weiter vertieft.

Maria Bitzan und Claudia Daigler (2004) halten fest, dass Geschlechterstereotype nicht nur durch eigene Erfahrungen angeeignet werden. So erfahren Mädchen und Jungen konkrete Vorgaben durch Erziehungspersonen oder durch Medien. Des Weiteren halten sich Jugendliche selbst an gesellschaftliche Vorgaben, um „normal“ zu sein. Die Mädchen und Jungen bekommen zudem schon früh vermittelt, dass es „normal“ ist, entweder weiblich oder männlich zu sein und dass das jeweilige Geschlecht nun einmal bestimmte Eigenschaften „hat“. Die dem jeweiligen Geschlecht zugeordneten Eigenschaften werden akzeptiert und damit in das eigene Denken und Handeln übernommen. Geschlechtsidentität entwickelt sich nach einer Untersuchung von Carol Hagemann-White durch äußere Zuschreibungen auf der einen Seite und durch Selbstsozialisation auf der anderen Seite. (vgl. Bitzan/Daigler 2004, 19-25)

In unserer Gesellschaft hat die Frage nach dem Geschlecht schon in früher Kindheit eine wichtige Funktion, die der Person selbst und ihren Mitmenschen Orientierung gibt. Funk und Böhnisch nennen das System der Arbeitsteilung als entscheidend für die geschlechtsbezogene Sozialisation. Unsere Gesellschaft ist auch heute noch von einer geschlechtshierarchischen Arbeitsteilung geprägt, in der Produktionsarbeit und Reproduktionsarbeit in einem hierarchischen Verhältnis gesehen werden können. Reproduktionsarbeit gilt als geringwertige Arbeit und wurde durch die Industrialisierung den Frauen zugeteilt. Seit den 1920er Jahren waren immer mehr Frauen in der Produktionsarbeit tätig, hatten sich jedoch immer noch um die Reproduktionsarbeit zu kümmern. Bis heute wird die häusliche Arbeit vorwiegend von Frauen erledigt, während sich Männer nur selten mit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf beschäftigen müssen. So gehen laut Statistischem Bundesamt Frauen im Durchschnitt zwölf Stunden in der Woche einer Erwerbstätigkeit nach, Männer dagegen 22,5 Stunden pro Woche. Frauen leisten in der Woche 31 Stunden unbezahlte Arbeit durch Tätigkeiten im Haushalt, im Garten, durch Pflege und Betreuung von Angehörigen. Männer leisten mit 19,5 Stunden deutlich weniger unbezahlte Arbeit. (vgl. [http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2004/03/PD04\\_\\_103\\_\\_p001.psml](http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2004/03/PD04__103__p001.psml), 07.11.2008)

Diese Trennung der häuslichen und beruflichen Bereiche bringt geschlechtstypische Zuordnungen mit sich. So ist in unserer Gesellschaft nach wie vor das Bild vom Weiblichen vorherrschend, das hauptsächlich auf das „Innen“ gerichtet ist und das Bild vom Männlichen, das nach „Außen“ gerichtet ist (vgl. Böhnisch/Funk 2002:72). Diese Ordnung beeinflusst das Aufwachsen von Kindern und Jugendlichen. Jungen lernen früh, ihre Probleme nach außen hin abzuladen, anstatt sich mit den eigenen Gefühlen auseinanderzusetzen. Von Mädchen hingegen wird erwartet, die Probleme mit sich selbst auszumachen, anstatt sie herauszulassen. Aggressives Verhalten wird bei Jungen eher toleriert als bei Mädchen. Sicher gibt es heute vielfältige Lebensweisen und Möglichkeiten, die gelebt werden können und auch von der Gesellschaft mehr und mehr akzeptiert werden. Doch die verinnerlichten traditionellen Strukturen der Gesellschaft sind immer noch vorhanden und zeigen all zu emanzipierten Frauen und Männern schnell Grenzen auf. So stoßen z.B. Frauen auf Unverständnis, wenn sie nach der Geburt schnell wieder in den Beruf einsteigen möchten. Männer, die mehr Zeit mit der Kindererziehung verbringen möchten, erfahren häufig Entgegenkommen von Seiten Arbeitsstelle. (vgl. <http://www.beruf-und-familie.de/index.php?c=32>, 4.10.2008)

In Jugendforschungen werden immer wieder Unterschiede zwischen den Lebenslagen von Mädchen und denen der Jungen benannt. Grob zusammengefasst sind Mädchen in der Schule besser und haben bessere Bildungsabschlüsse. Doch wenn es um die Berufswahl geht, landen junge Frauen in schlechter bezahlten Berufen und außerdem wird von ihnen, im Gegensatz zu Männern, erwartet, Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren. Mädchen und Jungen wachsen in Bezug auf die Schulbindung in unserer Gesellschaft weitgehend gleichberechtigt heran. Doch spätestens wenn es um die Berufswahl und/oder die Familienplanung geht, geben die jungen Frauen ihre Pläne oftmals auf und entscheiden sich in erster Linie für Dienstleistungsberufe mit geringen Aufstiegs- und Verdienstmöglichkeiten, wie Friseurin oder Arzthelferin (vgl. <http://www.bmfsfj.de/gm/frauen-und-maenner-im-alltag,did=13474.html>, 7.11.2008). Laut Münchmeier planen Mädchen eine Berufstätigkeit als festen Bestandteil ihrer Zukunft ein. Jedoch gibt es für Mädchen Probleme, wenn sie sich auf dem Ausbildungsmarkt umsehen. Trotz der durchschnittlich besseren Schulabschlüsse der Mädchen, ist es für sie erheblich schwerer als für die Jungen, einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Der Arbeitsmarkt ist geschlechtsspezifisch ausgerichtet, was für Mädchen höhere Zugangsbarrieren bedeutet. Der Beruf ist dann sehr häufig nicht der, der anfangs gewünscht wurde. Mädchen finden sich zum einen häufig in typischen Frauenberufen wieder, ein weiteres Problem für die jungen Frauen ist die Doppelbelastung von Familie und Beruf. Zwar haben junge Männer oft gute Vorsätze bezüglich der gleichberechtigten Aufteilung von Kindererziehung und Haushalt. Doch spätestens nach der Geburt des ersten Kindes ist es häufig an der Frau, sich neben dem Beruf



auch um Kinder und Haushalt zu kümmern. (vgl. Münchmeier 2005:821) Nach wie vor wird die meiste Sorge- und Beziehungsarbeit wie Kindererziehung, Haushalt oder Pflege von Angehörigen, von Frauen übernommen. In den Medien sind jedoch häufig ganz andere Bilder zu sehen: Hier wird die selbstbewusste junge Frau gezeigt, die ihr Leben alleine in die Hand nimmt und dazu noch attraktiv aussieht. Kinder spielen meist keine Rolle. Falls doch, ist die Frau eben multitaskingfähig, das heißt, sie übernimmt die Kindererziehung nebenbei. Die Männer sind meist außen vor. Junge Frauen wachsen also in einer Widersprüchlichkeit auf, da diese idealen Frauenbilder in der Realität nur schwer zu realisieren sind. Selbst wenn, dann nur mit großen Anstrengungen, was nicht selten zur Überforderung der Frauen führt.

Neben diesen Nachteilen für Mädchen hebt Münchmeier eine „erhebliche Angleichung von Lebenszielen und Lebensstilen zwischen Mädchen und Jungen“ (Münchmeier 2005:822) hervor. So haben sie ähnliche Zukunftsvorstellungen und Werte. Jedoch haben sich die männerdominierten Bereiche weiterhin erhalten, so sind Technik, Computer, Sport und Politik nach wie vor mehrheitlich den Jungen vorbehalten. Mädchen hingegen beschäftigen sich häufiger mit Einkaufen, sozialen Kontakten und helfen ihren Mitmenschen. Zudem verschweigt Münchmeier nicht, dass Mädchen und Frauen neben den genannten Problemen auch im Alltag geschlechtsspezifische Nachteile erfahren. So fühlen sie sich häufiger in öffentlichen Räumen wie Bahnhöfen oder Parks unsicher oder bedroht, was sie in ihrer Freiheit einschränkt. Zudem erfahren Mädchen „einen stärkeren Anpassungsdruck, was ihre Selbständigkeit als junge Frauen und allgemein das Erwachsenwerden angeht“ (Münchmeier 2005:827).

Lothar Böhnisch und Heide Funk (2002) beschreiben die Widersprüchlichkeiten in dem Aufwachsen von Mädchen. Demnach haben Mädchen in ihrer Kindheit - im Gegensatz zu Jungen - meist mehr Möglichkeiten der Geschlechtsidentifikation, da die Mutter und meist weibliche Erzieherinnen und Grundschullehrerinnen weibliche Identifikationsmöglichkeiten bieten. Jedoch erleben die Mädchen auch, dass weiblich besetzte Eigenschaften, Verhaltensweisen und Tätigkeiten eine gewisse Abwertung erfahren. Mädchen lernen früh, Rücksicht auf andere zu nehmen. Sie dürfen und sollen Gefühle zeigen, die Konflikte jedoch möglichst mit sich selbst ausmachen. Mädchen haben weniger sozialräumliche Kompetenz. Auf der anderen Seite gilt die Familie nicht unbedingt als Ort des Schutzes, sondern mehr als ein Ort der Kontrolle. Im Alter von 12 bis 17 Jahren nehmen Mädchen die Geschlechtszuweisungen der Gesellschaft verstärkt wahr. Ihr Drang nach Selbständigkeit wird ihnen verwehrt oder nur einschränkend zugestanden. Eltern wollen ihre Töchter schützen, doch die Jugendlichen erleben dies als Misstrauen, das ihnen entgegengebracht wird. Mit den körperlichen Veränderungen in der Pubertät sind die Mädchen plötzlich mit gesellschaftlichen Erwartungen konfrontiert: Sie sollen ihre weiblich-reizvolle Seite

zum Ausdruck bringen, aber dennoch eine gewisse Zurückhaltung zeigen. Die körperliche Freizügigkeit, die bisher gemeinsam mit den Jungen gelebt werden konnte, ist nun nicht mehr gestattet und trennt die Mädchen in dieser Hinsicht von den Jungen, die diese Freizügigkeit weiterhin leben dürfen. Mädchen erfahren eine gewisse Abhängigkeit von dem Urteil anderer. In dieser sensiblen Phase, in der sich die Mädchen selbst ausprobieren und erleben möchten, müssen sie Wertung und Abwertung durch andere zulassen und annehmen. So lernen sie auch, sich über ihren Körper zu definieren, weshalb Mädchen nachgesagt wird, sie seien körperbewusster als Jungen. Von den Mädchen wird erwartet, dass sie nicht auffallen: „Mädchen sollen sich zurücknehmen, keine Ecken und Kanten haben, sich einfügen“ (Böhnisch/Funk 2002:99). Sie sollen auch ihre Pubertät nicht nach außen hin ausleben, sondern die körperlichen und emotionalen Veränderungen sowie die widersprüchlichen gesellschaftlichen Anforderungen mit sich selbst ausmachen. Böhnisch und Funk zeigen die Problematik der fehlenden Vorbilder auf: Bei den Jungen werden bis zur Grundschule die fehlenden männlichen Bezugspersonen beklagt, bei den Mädchen fehlen die weiblichen Vorbilder jedoch in der Pubertät. Der Übergang in die Erwachsenenwelt ist überwiegend männlich dominiert: Die Jungen erleben in ihrem Aufwachsen lediglich das Zukunftsmodell Berufsleben als Möglichkeit für sich, Vereinbarkeit von Beruf und Familie spielen dabei keine Rolle. (vgl. Böhnisch/Funk 2002, 90-107)

Das moderne Mädchenbild zeigt das Mädchen als cool und kompetent in allen Lebensbereichen. Es wird dabei nicht beachtet, dass den Mädchen der Drang nach außen schlichtweg nicht gestattet ist. Wenn Mädchen Probleme haben, wird die Ursache bei den Mädchen selbst gesucht. Sie machen das auch von sich aus: Mädchen fühlen sich sehr oft für ein Problem selbst verantwortlich und haben gegenüber sich selbst und anderen Schuldgefühle. Ein modernes Mädchen darf sich ausprobieren, aber bloß nicht zu offensichtlich und schon gar nicht aggressiv. Aggressives Verhalten wird Jungen in viel höherem Maße zugestanden als Mädchen. Mädchen gelten schnell als „zickig“, wenn sie „ausrasten“. Dagegen wird es den Mädchen zugestanden, wenn sie ein fürsorgliches oder autoaggressives Verhalten zeigen - also Verhalten, bei dem sie die Last auf sich selbst nehmen. Zu erkennen ist dies in vielen Fällen des Medikamentenmissbrauchs, des Borderline-Syndroms oder anderer autoaggressiver Bewältigungsmuster. Böhnisch und Funk beschreiben auch das unterschiedliche Verhalten von Ärztinnen und Ärzten: Mädchen bekommen viel schneller beruhigende Medikamente verschrieben, Jungen hingegen werden Möglichkeiten des Außenaggressions-Abbaus empfohlen. (vgl. Böhnisch/Funk 2002:104)

Jungen messen sich gerne untereinander, bei Mädchen gibt es höchstens den Konkurrenzkampf in Sachen Mode, wobei der Bereich Mode weniger selbstexperimentell geschieht, sondern durch Werbung und Medien fremdbestimmt ist.

Über Mädchen als Jugendliche machen Böhnisch und Funk folgende Aussage: „Mädchen emanzipieren sich über die Jugend und Jugendkultur, sie erhalten viele ihrer Stärken nicht über ein zukünftiges Frausein, sondern über diese Jugendlichkeit“ (Böhnisch/Funk 2002:107). Jedoch sind die Jugend und die dazugehörigen Jugendkulturen weitgehend männlich dominiert. Mädchen passen sich darum den Jungen an, indem sie auch männliche Verhaltensweisen zeigen (z.B. Aggressivität), nehmen an anderen Stellen jedoch wieder ganz normgerecht weibliche Verhaltensweisen (z.B. in einer Liebesbeziehung) an. Mädchen können sich nicht richtig zwischen Gleichheit und Unterschiedlichkeit entscheiden. In koedukativen Räumen werden von den Mädchen oft Regeln aufgestellt, die vor allem den Jungen dienen. Sie selbst nehmen sich zurück, wie dies auch in heterogenen Formen im Erwachsenenleben zu beobachten ist: Die Männer bestimmen Regeln, die Frauen tragen diese mit und scheuen sich, Konflikte offen anzugehen.

Neben den Herausforderungen für Mädchen als Jugendliche darf die Sozialisation von Jungen nicht aus dem Blick geraten.

Das Aufwachsen von Jungen ist durch die Suche nach männlicher Geschlechteridentität im Bindungs-/Ablösungsverhältnis zur Mutter und in dem - mit ihm konkurrierenden und ihn zugleich suchenden - Verlangen nach dem ‚männlichen‘ Vater (oder einer vergleichbaren männlichen Bezugsperson) bestimmt. (Böhnisch/Funk 2002: 85)

Für Jungen ist es schwer, ein Vorbild für ihre Geschlechteridentität zu finden. Denn der Vater ist häufig nicht anwesend, seine Schwächen und Schwierigkeiten in Beruf und Alltag sind für die Kinder nicht sichtbar. Dagegen ist die Mutter mit ihren Stärken und Schwächen erlebbar. Den Jungen bleiben meist nur stereotype starke Männerbilder in den Medien, an denen sie sich orientieren. Emotionalität und Schwäche kennen die Jungen meist nur von der eigenen Mutter und auch von den in Medien gezeigten Frauen. Dadurch verfestigen die Jungen geschlechterstereotype Rollenbilder. Doch auch wenn der Vater für die Jungen erlebbar ist, zeigen die Medien nach wie vor rollenstereotype Männlichkeiten und auch die Gesellschaft hat nach wie vor bestimmte Vorstellungen und Erwartungen, mit denen die Jungen konfrontiert werden. Jungen werden nach wie vor von ihren Eltern und Erziehenden anders erzogen als Mädchen. Sie lernen häufig nicht, sich mit sich selbst auseinanderzusetzen und Rücksicht auf andere zu nehmen. Probleme werden nur oberflächlich bzw. nach außen hin gelöst. Dies hilft den jungen Männern später im Berufsleben, da sie sich besser in der Konkurrenzgesellschaft behaupten können als Frauen. Laut Böhnisch und Funk fallen Männer dagegen oft tief, wenn eine unvorhergesehene Situation auftaucht, die sie persönlich betrifft. Männer erleben dann häufig eine Hilflosigkeit, mit der sie nicht umgehen können, weil sie es nie erlernen konnten. Von jungen Männern wird gerade im Übergang von Schule und Beruf erwartet, dass sie schnell

erwachsen werden. Diesen sozialen Druck zu bewältigen, fällt ihnen aufgrund erlernter männlicher Bewältigungsmuster oft nicht leicht. Nicht selten versuchen männliche Jugendliche, diesen Druck durch Drogen zu bewältigen. (vgl. Böhnisch/Funk 2002, 114-125) Mädchen und Jungen sind also mit unterschiedlichen, geschlechtsspezifischen Erwartungen und Anforderungen in der Kindheit und Jugend konfrontiert. In der theoretischen und praktischen Auseinandersetzung mit Jugendlichen ist es notwendig, sich diesen geschlechtsspezifischen Sozialisationserfahrungen bewusst zu sein. Nur so kann die Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen verstanden werden. Im folgenden Kapitel wird darauf anknüpfend speziell auf die Sozialisation bezüglich der Medien eingegangen.

## 4 Bedeutung von Medien im Jugendalter

Medien spielen im Leben der heutigen Jugendlichen eine große Rolle, weshalb die Medien einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die Identitätsentwicklung und damit auf die Geschlechtsidentität haben. Darum befasse ich mich in diesem Kapitel mit den Medien, dem Nutzungsverhalten der Jugendlichen und der Bedeutung der Medien für ihre Identitätsentwicklung. PädagogInnen und sozialpädagogische Fachkräfte weisen meist auf die negativen Auswirkungen der Medien auf die Jugendlichen hin. Daher gehe ich in diesem Kapitel der Frage nach, ob und inwiefern Medien eine Unterstützung für Jugendliche und deren Identitätsentwicklung bieten können.

Neben dem Begriff *Jugend* ist auch der Begriff *Medien* unterschiedlich zu verstehen. Im Duden wird Medium folgendermaßen definiert:

1. vermittelndes Element
2. Mittelform zwischen aktiv und passiv
3. Träger physikalischer oder chemischer Vorgänge
4. Einrichtung für die Vermittlung von Meinungen, Informationen und Kulturgütern, insbesondere eines der Massenmedien Film, Funk, Fernsehen, Presse (Duden 2002:853).

Ein Medium ist somit eine Form, in der Informationen weitergeleitet werden. In den Neuen Medien spielt auch die interaktive Form eine Rolle, in der Informationen ausgetauscht werden. Neue Medien definiert Hüther als „Informations- und Kommunikationstechnologien“ auf „digital- und computertechnischer Basis“ (Hüther 1997 in Schweer und Lukaszewski 2003:30).

Unter 4.1 erläutere ich, welche Medien von Jugendlichen genutzt werden. In 4.2 gehe ich auf die jugendliche Mediensozialisation ein und in 4.3 speziell auf die geschlechtsspezifische Mediensozialisation. Anschließend setze ich mich in 4.4 mit der Identitätsentwicklung durch Medien auseinander.

## 4.1 Jugendliche Medienrezeption

In diesem Kapitel wird anhand aktueller Studien das mediale Nutzungsverhalten von Jugendlichen mit dem besonderen Augenmerk auf die geschlechtsspezifischen Unterschiede aufgezeigt.

In den 90er Jahren wurde der Begriff der *Medienrezeption* eingeführt. Die NutzerInnen von Medien werden als aktive BetrachterInnen gesehen. Jugendliche konsumieren Medien also nicht nur, sondern sie nutzen sie aktiv und setzen die Inhalte in den Kontext ihrer eigenen biographischen Erfahrungen und ihrer Lebenswelt. Kritisch anzumerken ist hier jedoch das eingeschränkte Themenspektrum, das den NutzerInnen zur Verfügung steht. Denn in den Medien werden nicht alle Aspekte berücksichtigt, die im Jugendalter von Bedeutung sind. So bleibt z.B. das Thema der Berufsorientierung in den Medien häufig unbeachtet. Medienrezeption wird auch als Wechselspiel zwischen Medium und NutzerIn gesehen, je nach Lebenslage und biographischen Themen haben die NutzerInnen andere Bezugspunkte zu den Medien und geben den Medieninhalten einen entsprechenden Sinn. Dabei spielen nicht nur die Themen der Medien eine Rolle, sondern auch die Emotionen, die bei den NutzerInnen ausgelöst werden. Renate Luca (2003) weist darauf hin, dass Emotionen in sozialen Interaktionen erlernt werden. Dabei ist von entscheidender Bedeutung, welchem Geschlecht man zugeordnet ist. Dies hat zur Folge, dass Mädchen und Jungen auf verschiedene Medieninhalte unterschiedlich reagieren, da unterschiedliche Emotionen hervorgerufen werden. (vgl. Luca 2003:43)

Der JIM-Studie 2007 zufolge nehmen Medien eine wichtige Funktion im Alltag der Jugendlichen ein (vgl. Kapitel 3.2). Vor allem Medien, die als Kommunikationsmittel genutzt werden können, werden von den Jugendlichen gerne angenommen. Den Jugendlichen stehen die Medien zunehmend zu Hause zur Verfügung. Handy, Fernseher, Computer und CD-Player befinden sich in nahezu allen Haushalten der Jugendlichen. So haben auch 94% der Mädchen und 96% der Jungen einen Internetzugang im Haushalt (vgl. JIM-Studie 2007:37).

Bei der Mediennutzung der Mädchen und Jungen lässt sich folgende Rangliste ablesen, bei der 1.204 Mädchen und Jungen im Alter von 12 bis 19 Jahren befragt wurden (JIM-Studie 2007, 12-13). Dabei zeigen die Zahlen in Klammern an, wie viele der befragten Jugendlichen das jeweilige Medium täglich oder mehrmals in der Woche nutzen.

Mädchen	Jungen
---------	--------

1. Fernseher (93%)	1. Fernseher (92%)
2. Handy (86%)	2. Computer (87%)
3. Radio (82%)	3. MP3 (84%)
4. Computer (81%)	4. Handy (78%)
5. MP3 (80%)	5. Internet (78%)
6. Musik-CDs/Kassetten (78%)	6. Musik-CDs/Kassetten (73%)
7. Internet (76%)	7. Radio (67%)
8. Bücher (48%)	8. Zeitung (50%)
9. Zeitung (47%)	9. Spielkonsole am Fernseher (32%)
10. Zeitschriften/Magazine (32%)	10. Zeitschriften/Magazine (31%)
11. digitale Fotos machen (25%)	11. Bücher (28%)
12. Hörspielkassetten/-CDs (21%)	12. DVD (24%)
13. DVD (17%)	13. Video (21%)
14. Video (14%)	14. digitale Fotos (20%)
15. digitale Filme/Videos machen (6%)	15. Hörspielkassetten/-CDs (18%)
16. Comics (5%)	16. Comics (9%)
17. Spielkonsole am Fernseher (5%)	17. digitale Filme/Videos machen (5%)
18. Kino (1%)	18. Kino (1%)

Die Rangliste zeigt, dass es wenig signifikante Unterschiede bei der Mediennutzung zwischen Mädchen und Jungen gibt. Beide Geschlechter nutzen Fernseher, Computer, Internet, MP3-Player und Handys in ungefähr gleichem Ausmaß. Unterschiede zeigen sich bei Spielkonsolen, die von Jungen häufiger genutzt werden und bei Büchern, die von Mädchen deutlich mehr in Anspruch genommen werden. Außerdem wurde bei der JIM-Studie gefragt, auf welche Medien die Jugendlichen am wenigsten verzichten können. Bei Mädchen steht das Internet mit 21% an erster Stelle, es folgen MP3-Player und Fernseher. Jungen wählten dagegen als erstes Medium den Computer (33%), danach folgen Internet und MP3-Player. Im Hinblick auf den Bildungshintergrund der Jugendlichen unterscheidet die JIM-Studie zwischen Hauptschule, Realschule und Gymnasium. Von den SchülerInnen, die das Gymnasium besuchen, lesen 50% regelmäßig Bücher, wobei sich nur 27% der Haupt- und 31% der RealschülerInnen regelmäßig mit Lesen beschäftigen. Haupt- und RealschülerInnen verbringen im Durchschnitt eine halbe Stunde länger mit Fernsehen als GymnasiastInnen (vgl. JIM-Studie 2007:23). Auch bei der Internetnutzung lassen sich Unterschiede in Bezug auf den Bildungshintergrund feststellen. So nutzen 72% der HauptschülerInnen täglich oder mehrmals die Woche das Internet, wobei die RealschülerInnen mit 82% und die SchülerInnen an Gymnasien mit 88% das Internet häufiger nutzen.

Wie oben festgestellt, nutzen Jungen das Internet etwas häufiger als Mädchen. Auch bei den tatsächlichen Online-Aktivitäten lassen sich Unterschiede feststellen: Mädchen nutzen das Internet häufiger (42%) für die Schule als Jungen (31%). Mädchen nutzen ebenso E-Mails etwas öfter (61%) als Jungen (58%). Das Chatten ist bei Mädchen und Jungen gleich beliebt, so chatten jeweils 30% der Mädchen und Jungen mehrmals die Woche. Ebenso Gleichstand herrscht bei den so genannten Web 2.0-Aktivitäten, zu denen das Lesen und Schreiben von Weblogs gehört, sowie das Einstellen und Ansehen von Fotos und Videos (vgl. JIM-Studie 2007:39-40).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass es bezüglich der geschlechtsspezifischen Mediennutzung folgende Unterschiede gibt: Mädchen nutzen Medien vorwiegend „audioorientiert“, das heißt, sie nutzen Medien am liebsten, um zu kommunizieren, zu lesen und zu hören. Jungen hingegen nutzen in erster Linie visuelle Medien wie Fernsehen und Computerspiele. (vgl. Klingler 2008) Die geschlechtsspezifischen Unterschiede in Bezug auf die Mediennutzung haben sich jedoch in den letzten Jahren verringert und sind inzwischen nicht mehr sehr bedeutsam. Unterschiede innerhalb den Geschlechtern sind deutlich auffälliger, z.B. im Hinblick auf den Bildungshintergrund.

## 4.2 Jugendliche Mediensozialisation

Kinder und Jugendliche wachsen heute ganz selbstverständlich in komplexen Medienwelten auf. Medien aller Art sind ein wichtiger Bestandteil im Leben und im Heranwachsen von Jugendlichen, welche die Medien nicht nur konsumieren, sondern diese auch aktiv nutzen und mitgestalten und in ihren Alltag integrieren. Man kann darum von einer Mediensozialisation sprechen, in der Jugendliche aufwachsen. Dies wird in diesem Unterkapitel näher erläutert.

Martin K. W. Schweer und Frank Lukaszewski (2003) setzen Jugend und Medien in einen direkten Zusammenhang, indem sie feststellen, dass in unserer Gesellschaft alles Moderne, wozu primär die neuen Medien gehören, mit Jugend gleichgesetzt wird. Dabei ist Jugend nicht an einem bestimmten Alter festzumachen, sondern vielmehr als „eine Art Lebensstil von Angehörigen verschiedener Generationen“ zu sehen (Schweer/Lukaszewski 2003:27). In den Massenmedien ist dies an Sendungen wie „Big Brother“ oder „Deutschland sucht den Superstar“ festzumachen. Die neusten Medien wie MP3-Player, virtuelle Spiele oder virtuelle Kommunikation werden ebenfalls mit Jugend in Verbindung gebracht. Die Medieninhalte sind darum auf die Jugendli-



chen abgestimmt, wobei auch der ökonomische Wert von Jugendlichen gesehen werden muss. Dabei spielen die Einschaltquoten ebenso eine Rolle wie technische Ausstattung von PC und Handy, Kleidung und Frisuren. Die Neuen Medien gewinnen vor allem bei Jugendlichen weiter an Bedeutung, weshalb auch in Zukunft mit einer hohen Mediennutzung von Jugendlichen zu rechnen ist.

Medien befinden sich nicht nur zu Hause, sondern auch im öffentlichen Leben der Jugendlichen, in der Schule, in Bibliotheken, Kinos, Warenhäuser, Banken usw. Wilfried Ferchhoff (2007) unterscheidet zwischen zentrierten und unzentrierten Medienumgebungen. Bei den zentrierten Medienumgebungen stehen die Medien im Mittelpunkt, beispielsweise in Spielhallen oder Bibliotheken. In unzentrierten Medienumgebungen wie z.B. in Warenhäusern befinden sich die Medien als Nutzungsfunktion zur Werbung oder zum Verkauf. Jugendliche besitzen neben Printmedien wie Zeitschriften und Bücher zunehmend Kommunikationsmedien wie Telefon und Handy sowie Audio-Medien wie CD und MP3-Player. Auch Radio, Fernsehen, DVD, Computer und vor allem das Internet spielen eine wichtige Rolle. Ferchhoff betont, dass die meisten Jugendlichen unbefangen mit den Medien umgehen, schränkt aber ein, dass dies vorwiegend auf die männlichen Jugendlichen zutrefte (vgl. Ferchhoff 2007:269). Zudem spricht er von der Medienthese des „knowledge-gap“, die sich auch bei den neuen Medien zeigt. Diese These besagt, „dass oftmals die neuen Medien gerade von denjenigen Jugendlichen handlungskompetent erschlossen und genutzt werden, die auch schon mit den alten Medien gut zurechtkamen (und weiterhin kommen) und für sich hochgeschätztes kulturelles Kapital (Bourdieu) erwerben konnten.“ (Ferchhoff 2007:369) Mediale und nicht mediale Tätigkeiten werden von Jugendlichen häufig zeitgleich ausgeführt und es findet ein schneller Wechsel durch „zapping“, „hopping“ oder „switching“ (also ein ständiger Wechsel zwischen Medieninhalten und Medienformen) statt (vgl. Ferchhoff 2007:372). Schnelligkeit ist ein wichtiges Schlagwort in den Jugendmedien. Die Medien funktionieren immer schneller, was auch den Erwartungen der Jugendlichen entspricht. Von den Jugendlichen wiederum wird gefordert, schnell zu sein, in kurzer Zeit viel aufzunehmen und bei dem schnellen Wandel in der Medienwelt mitzukommen. Dies erfordert von Jugendlichen eine enorme Leistung:

Während Deutung stets noch tiefenstrukturelles Nachdenken und analytische Rekonstruktionen erfordert und somit Reflexivität auf die eigene Person mitliefert und beibehält, können und müssen die häufig durcheinander gewirbelten Gags, Signale, Bild-Zitate und Anspielungen in der Situation blitzschnell und augenblicksorientiert *erkannt* und in einer, unterschiedliche Elemente treffsicher zusammenfügende Kombinatorik ohne kulturelle Tradierung und ohne aufeinander abgestimmt zu sein, bruchstückhaft entziffert werden. Dies können wiederum nur jugendliche Insider, die mit solchen medien-

konstruierten, raffinierten ästhetischen Oberflächen-Montagen und Zitat-Verweisen auch etwas anfangen können. (Ferchhoff 2007:374)

Den von Ferchhoff genannten Leistungen der Jugendlichen wird möglicherweise von den Erwachsenen oft nicht ausreichende Beachtung geschenkt. Die Fähigkeit, mit den Medien und deren rasanter Entwicklung gut zurechtzukommen, haben die Jugendlichen den Erwachsenen oft voraus. Postman spricht zudem von einer „Entzauberung der Erwachsenenwelt“ (Postman in Ferchhoff 2007:371), da Kinder und Jugendliche in den letzten Jahren durch die Medien Zugang zur Erwachsenenwelt bekommen haben. Jugend ist nicht nur Medienjugend sondern auch Werbejugend. Werbung ist ein fester Bestandteil im Leben der Jugendlichen. Werbung wird von Jugendlichen auch aktiv und gerne angeschaut, wobei die Werbetricks von den meisten Jugendlichen laut Ferchhoff durchschaut werden. (vgl. Ferchhoff 2007) Wenn man jedoch bedenkt, welch großen Anteil Werbung in den Medien einnimmt und wie unterschwellig Botschaften vermittelt werden, ist es sehr fraglich, ob Jugendliche sowie Erwachsene diese Werbewelt tatsächlich durchschauen können.

### 4.3 Geschlechtsspezifische Mediensozialisationen

In dieser Arbeit wird die Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen in den Blick genommen. Dazu gehört in Anknüpfung an die Mediensozialisation die Auseinandersetzung mit der geschlechtsspezifischen Mediensozialisation, auf die ich in diesem Unterkapitel eingehe.

Es wurde bereits erwähnt, dass das System der Zweigeschlechtlichkeit ein wichtiger Bestandteil unserer Gesellschaft ist. Kinder lernen früh, sich dem jeweiligen Geschlecht entsprechend zu verhalten. Renate Luca spricht von einer „symbolischen Ordnung“ (2003:41), die für jedes Geschlecht Regeln in Bezug auf Mode, Verhaltensweisen, Verbote und Gebote bereitstellt. In Massenmedien wird diese symbolische Ordnung verwendet und Geschlechterrollen werden oft überzogen stereotyp dargestellt. Eindeutige Geschlechterzuschreibungen werden von Jugendlichen zumeist positiv aufgenommen, da sie in ihrer Phase der Geschlechtsidentitätsentwicklung Halt und Sicherheit bedeuten. Stereotype Geschlechterrollen werden dadurch bei den Jugendlichen häufig gefestigt anstatt in Frage gestellt.

Elke Josties (2002) kritisiert, dass in Forschungen über Jugendkulturen Mädchen kaum beachtet werden. Sie geht davon aus, dass in der weiblichen Musikkultur „be-

stimmte Wahrnehmungs-, Denk-, und Handlungsschemata implizit wirksam sind, und zwar entsprechend dem jeweiligen soziokulturellen Anregungsmilieu der Alltagspraxis der Mädchen.“ (Josties 2002:209). Durch die Medien und durch die Musik werden bestimmte Werte vermittelt, die von den Jugendlichen unbewusst aufgenommen werden. So werden auch konkrete geschlechtsspezifische Verhaltensmuster dargestellt. Jungen werden in den Medien beispielsweise oft als sportbegeistert dargestellt und Mädchen werden beim Kleidungskauf gezeigt. Diese Verhaltensweisen verarbeiten die Mädchen und Jungen in ihrem Wahrnehmen, Denken und Handeln im Alltag. Das heißt, die Art und Weise, wie Geschlechter in den Medien dargestellt werden, beeinflusst die Jugendlichen in ihrer Geschlechtsidentitätsentwicklung. Sie tun dies jedoch abhängig davon, in welcher sozialen Umgebung sie aufwachsen. Dabei spielt das Elternhaus eine große Rolle, genauso wie die Peergroup und die Schule. Je nachdem, wie kritisch oder unkritisch in der sozialen Umgebung mit festen Geschlechterrollen umgegangen wird, lernen Mädchen und Jungen daraus unbewusst und setzen die erlernte Kritikfähigkeit auch beim Anschauen von Musikvideos, Jugendzeitschriften oder Internet-Auftritten ein. In ihrer Untersuchung mit dem Schwerpunkt auf Mainstream-Musik<sup>3</sup> fand Josties heraus, dass es den Mädchen bei der Musikknutzung oft nicht um Autonomiebestrebungen geht, sondern um Nachahmung. Die Mädchen stellten sich beim Nachsingen der Lieder gerne auf der Bühne dar, verweigerten sich aber nicht konsequent dem Geschlechterrollenklischees. Die Mädchen reproduzierten lediglich ihnen Vertrautes, was auch geschlechtsspezifische Verhaltensweisen beinhaltete. Dadurch erlebten die Mädchen ein Selbstwertgefühl und sie erlebten Spaß an der Musik. Die Mädchen wandten sich in ihrem realen Leben auch nicht gegen geschlechtsstereotype Zuschreibungen und Werdegänge. (vgl. Josties 2000:218) Dies bedeutet, dass sich Mädchen von geschlechterstereotypen Darstellungen in Medien stark beeinflussen lassen. Der Frage, inwieweit tatsächlich traditionelle Geschlechterzuschreibungen in Medien dargestellt werden, wird in Kapitel 5 nachgegangen.

Ute Bechdorf (2002) untersuchte, welche Bedeutung es für die Jugendlichen hat, wenn in den Musikmedien Geschlechter dargestellt werden. Sie stützt sich auf die Geschlechtertheorien, nach denen das Geschlecht nichts Festes und Eindeutiges ist, sondern immer wieder neu ausgehandelt wird. Jugendliche interpretieren Geschlechterdarstellungen in Musikvideos je nach ihren individuellen Erfahrungen. Bechdorf betont die individuelle Interpretation jeder einzelnen Person beim Anschauen von Musikvideos:

---

<sup>3</sup> aktuelle beliebte Musik bei einem Großteil der Jugendlichen, z.B. Musik der BRAVO-Charts

Musik und Bilder, die auf die eine Zuschauerin vorbildhaft oder ermächtigend wirken, kann ein anderer Zuschauer als traditionelles Machtinstrument kritisieren. Vom selben Clip kann sich eine Dritte bedroht fühlen, während ein Vierter Vergnügen empfindet. (Bechdolf 2002:225)

Medieninhalte werden also je nach eigenen Erfahrungen, Alter oder Bildungshintergrund interpretiert. Somit haben diese Inhalte auch für jede Person eine andere Bedeutung. Jedoch fand Bechdolf heraus, dass feste Geschlechterrollen von Jugendlichen positiver aufgenommen wurden als eine tendenzielle Auflösung der Geschlechteridentitäten, was die Ergebnisse von Josties bestätigt.

Klaus Neumann-Braun und Lothar Mikos (2006) beschäftigten sich mit Musikvideos, insbesondere mit der Frage, wie diese von Jugendlichen genutzt werden. Im Hinblick auf Geschlecht und Sexualität nennen sie eine Untersuchung von Ward, in der ein Zusammenhang von stereotypen Geschlechtervorstellungen und der Häufigkeit der Fernsehnutzung der Jugendlichen festgestellt wird. Junge Frauen, die viel fernsehen, lehnen stereotype Geschlechterrollen weniger ab als Frauen, die wenig fernsehen (vgl. Ward 2002 in Mikos/Neumann-Braun 2006:94). Wobei dies möglicherweise auch auf den Bildungsstand und sonstige Lebensumstände zurückzuführen ist. Denn wie bereits festgestellt, beeinflussen mehrere Faktoren die Mediennutzung. Diese müssten hier mit berücksichtigt werden.

Barbara Stauber (2006) sieht die Medien im Hinblick auf die Geschlechterrollenbilder der Jugendlichen in einer besonderen Verantwortung. Denn Jugendliche sind heute mehr denn je gefordert, so eigenständig wie möglich mit den Anforderungen der Geschlechterrollen zurechtzukommen. Und im Hinblick auf die hohe Mediennutzung der Jugendlichen ist eine gewisse Verantwortungsfunktion der Medien sicher nicht von der Hand zu weisen: „Sie fungieren als zentrale Vermittlungsinstanzen für Geschlechterrollenbilder in der ganzen Bandbreite der Möglichkeiten, diese auszugestalten“ (Stauber 2006:59). Mädchen und Jungen brauchen Stauber zufolge mediale Angebote, die ihnen eine eigenständige Interpretation ihres Geschlechts und der Geschlechterrolle ermöglichen. Medien sollen zu mehreren unterschiedlichen Interpretationen von Mädchen- und Junge-Sein anregen, so dass die Jugendlichen Geschlecht nicht als etwas Eingeschränktes erleben, sondern ihre eigenen Potenziale ausleben können. Stauber fordert von Medien das Konzept der Geschlechtersensibilität:

Es geht nicht von einem ‚spezifischen‘ Mädchen- oder Junge-Sein aus, sondern davon, dass Mädchen und Jungen in ihren vielfältigen Interaktionen - untereinander, mit Geschwistern, mit Eltern und pädagogischen Bezugspersonen, in ihren homo- und hetero-

sozialen Bezügen, nicht zuletzt auch in ihrem Medienhandeln - ihr Mädchen- und Junge-Sein immer wieder (neu) herstellen. (Stauber 2006:59)

Dieser Ansatz geht davon aus, dass geschlechtsbezogene Unterscheidungen durch Interaktionen entstehen. Sie lehnt sich damit an die feministischen Theorien, die davon ausgehen, dass in Interaktionen Geschlechtsunterschiede hergestellt und verfestigt werden (vgl. Kapitel 2). Es gilt somit, diese Interaktionen zu beeinflussen, indem den Jugendlichen erweiterte Räume für Erfahrungen und Reflexion im Hinblick auf Geschlechterrollen angeboten werden. Medien bieten für Jugendliche einen wichtigen Erfahrungsraum, in dem Rollenvorgaben erlebt werden. Jugendliche haben das Bedürfnis, sich selbst auszuprobieren und darzustellen, gleichzeitig brauchen sie auch einen gewissen Rückhalt. In den Medien suchen Mädchen und Jungen nach Möglichkeiten der Selbstinszenierung und nach Geborgenheit. Außerdem brauchen sie das Thematisieren von Problemen genauso wie das Aufzeigen gelingender Alltagsbewältigung. Auf der Suche nach ihrer Identität sind Jugendliche sehr empfänglich für die Darstellung der Geschlechterrollen, da sie ja in keinem Fall als „unnormale“ gelten wollen. Darum ist es von entscheidender Bedeutung, ob Medienfiguren in ihrer Individualität dargestellt werden oder primär als Mädchen bzw. Junge mit dazugehörigen stereotypen Verhaltensmustern. Jugendliche wachsen heute mit teilweise widersprüchlichen Anforderungen auf, die zu Verunsicherungen führen können. Von Medien erwarten Jugendliche realitätsnahe Darstellungen von Lebensmöglichkeiten, an denen sie sich orientieren können und die genügend Raum bieten, um sich ein eigenes Bild machen zu können.

Jugendliche nutzen viel Zeit, um sich in ihrer Freizeit mit Computer, Fernsehen und anderen Medien zu beschäftigen. Nach wie vor sind - wenn auch geringe - Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen in Bezug auf das Medienverhalten zu beobachten was ein Hinweis auf unterschiedliche (Medien-) Sozialisation ist. In diesem Kapitel wurde auch deutlich, dass Geschlechterdarstellungen in den Medien Auswirkungen auf die Identitätsbildung haben und dass es darum nicht unerheblich ist, wie Geschlechter dargestellt werden. Doch nicht nur im Hinblick auf das Geschlecht haben Medien einen Einfluss. Medien werden in fast allen Lebensbereichen von Jugendlichen als Hilfe hinzugezogen. Im Folgenden gehe ich der Frage nach, welchen Nutzen Medien für die Identitätsentwicklung von Jugendlichen haben können.

#### 4.4 Identitätsentwicklung durch Mediennutzung

Jugendliche erfahren den bisherigen Ausführungen zufolge eine Mediensozialisation. In diesem Unterkapitel gehe ich der Frage nach, inwieweit Medien zur Identitätsent-

wicklung und damit auch der Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen beitragen.

In der Adoleszenz setzen sich Jugendliche verstärkt mit ihrer Identität auseinander, in dem sie sich mit der Frage „Wer bin ich?“ auf die Suche nach dem eigenen Ich machen. In der Pubertät wird den Jugendlichen von der Gesellschaft zugestanden, neue Rollen auszuprobieren und eine neue Identität zu erwerben. In diesem Prozess verarbeiten Jugendliche äußere Reize sowie die Reaktionen der Umwelt auf das eigene Verhalten. Die soziale Umwelt stellt also ein entscheidender Faktor dar, wie sich die Identität entwickelt. Sabina Misoch definiert Identität folgendermaßen:

Das, was den Einzelnen zum Einzigartigen macht, das individuelle Selbstsein des Subjekts, wird mit dem Begriff der Identität erfasst. Identität bezeichnet die Übereinstimmung eines Subjekts mit sich selbst, wobei es sich hierbei um einen selbstreflexiven Prozess handelt, in welchem die verschiedenen Erfahrungsinhalte des Individuums von diesem synthetisiert werden - Identität ist demnach ein *Konstrukt* und muss vom Individuum erarbeitet und gegebenenfalls je nach Lebenskontext situativ angepasst werden. (Misoch 2007:163)

Jugendliche sind von bestimmten Entwicklungsaufgaben gefordert, die sie auf dem Weg zum Erwachsenwerden und vor allem für eine Erwachsenen-Identität bewältigen müssen. Die von Misoch genannte „Identitätsarbeit“, die jeder Mensch vollbringen muss, ist ein wichtiges Element der Entwicklungsaufgaben im Jugendalter. Robert J. Havighurst entwickelte das Konzept der Entwicklungsaufgaben und beschreibt dies folgendermaßen:

Eine Entwicklungsaufgabe ist eine Aufgabe, die in oder zumindest ungefähr zu einem bestimmten Lebensabschnitt des Individuums entsteht, deren erfolgreiche Bewältigung zu dessen Glück und Erfolg bei späteren Aufgaben führt, während ein Mißlingen zu Unglücklichsein, zu Mißbilligung durch die Gesellschaft und zu Schwierigkeiten mit späteren Aufgaben führt. (Havighurst 1956 in Ferchhoff 2007:72)

Die Entwicklungsaufgaben wurden 1985 von Dreher und Dreher sowie 2000 von Fend weiterentwickelt, was darauf hindeutet, dass sich Entwicklungsaufgaben mit den gesellschaftlichen Entwicklungen ebenso weiterentwickeln und verändern. Die Identitätsentwicklung ist neben Leistungsbereitschaft, Berufswahl, Umgang mit Sexualität und Bildung eine der wichtigen Entwicklungsaufgaben im Jugendalter (vgl. Ferchhoff 2007). Identitätsarbeit geschieht durch das Herstellen von Zusammenhängen unterschiedlicher Erfahrungen. Beim Übergang von der Jugend zum Erwachsensein müs-

sen meist viele Brüche und Rückschläge bewältigt werden. Hier müssen die eigenen Erfahrungen mit den äußeren Erwartungen und Bedingungen miteinander vereinbart werden. Die Tatsache, dass sich Jugendliche in unterschiedlichen Lebenswelten befinden, hat zur Folge, dass die Jugendlichen diese unterschiedlichen Teilidentitäten in Einklang bringen müssen. Dies muss auch im Hinblick auf die Geschlechterperspektive beachtet werden. Auch durch die Medien erleben Jugendliche eine weitere Teilidentität, die zur gesamten Identität beiträgt. (vgl. Huber u. a. 2007:56).

Thomas Münch bezieht sich auf Ergebnisse eines Forschungsprojekts, das den Umgang von Jugendlichen mit Medien untersuchte. Hintergrund der Forschung ist die Annahme, dass Jugendliche mit den Entwicklungsaufgaben konfrontiert sind. In unserer westlichen Gesellschaft sind nach Münch folgende Entwicklungsaufgaben zu bewältigen:

Die Bewältigung der psychischen Reifung, die Aufnahme enger Freundschaftsbeziehungen, das Erlernen von Fairness, die Berufsvorbereitung, die Eingliederung in die Gleichaltrigengruppe, die Aufnahme sexueller Beziehungen, die Herausbildung einer Persönlichkeit (die Jugendforschung spricht von Ich-Identität), der Umgang mit vermehrter Eigenständigkeit und Eigenverantwortlichkeit, die Herausbildung einer politischen Orientierung und die Vorbereitung auf Elternschaft. (Münch 2002:71)

Die Jugendlichen werden mit den Entwicklungsaufgaben in jedem Fall konfrontiert, ihnen ist jedoch selbst überlassen, wie sie diese lösen. Münch nennt hier die Bearbeitungsmöglichkeit der Medien, durch diese die Jugendlichen mit ihrer eigenen Entwicklungssituation konfrontiert werden und sich somit mit sich selbst auseinandersetzen müssen. Durch die Jugendkulturen und deren Medien wird die Identität entwickelt. Es werden Lebensstile ausprobiert, Medienfiguren ausgewählt und in der Peergroup über die Medien und Medienfiguren ausgetauscht. (vgl. Münch 2002:71-72)

Ferchhoff betont die wichtige Bedeutung von Medien im Leben Jugendlicher. Sie gehören zur Sozialisation der heutigen Jugend, welche er wegen der verschiedenen Teilidentitäten als „Patchwork-Jugend“ bezeichnet:

Über Medien, Musik, Werbung, Konsum und Mode ausdifferenzierte, also multimedial präsentierte Lebensstile von Jugendlichen übernehmen für viele Jugendliche quasi identitätsstiftende Funktionen. Sie treten an die Stelle der - durch unaufhaltsame Erosionen - geschwächten identitätsstiftenden Funktion gemeinschaftlicher Traditionen, Strukturen, Einrichtungen, Institutionen und traditional-kollektiver Lebensformen. (Ferchhoff 2007:377)

Medien sind dieser Aussage zufolge ein wichtiger Bestandteil in der jugendlichen Identitätsentwicklung und ersetzen frühere Instanzen wie die Familie oder fest vorgegeben Lebensformen. Medien haben sich also für Kinder und Jugendliche zu einer „Sozialisationsinstanz“ entwickelt, mithilfe dieser die Identität entwickelt wird. So weisen Mikos u. a. darauf hin, dass „Medien helfen, Identitäten zu konstruieren“ (Mikos u. a. 2007:7). Wie bereits erwähnt, nutzen Jugendliche die Medien aktiv und integrieren sie in ihren Alltag, weshalb Mikos u. a. von einer „wechselseitigen Durchdringung von Medien und Alltag“ sprechen (Mikos u. a. 2007:8). So kommt es, dass die Inhalte der Medien innere Wertvorstellungen und Handlungen beeinflussen:

Informationen, die wir aus dem Fernsehen bekommen, werden für unseren Alltag relevant, beeinflussen unsere Einstellungen und Werte, liefern uns Rollenmodelle, lassen uns lachen und weinen, regen die Kommunikation mit Partnern, Kindern, Freunden und Bekannten an, führen zu Aktivitäten, bereichern unser Wissen und machen uns klar, wo unsere Position in der Gesellschaft ist. (Mikos u. a. 2007:8)

Die Identität entwickelt sich folglich durch die Medien, wobei hier alle Formen der Medien zu berücksichtigen sind, nicht nur das im Zitat verwendete Beispiel des Fernsehens. Medien geben bezüglich der Entwicklung eigener Einstellungen und Haltungen bezüglich Rollenbilder verschiedene Anregungen. Diese Anregungen können dann in der Peergroup ausprobiert und ausgehandelt werden.

Die Medien und die Peergroup nehmen im Jugendalter eine wichtige Bedeutung ein, denn diese beiden Sozialisationsinstanzen ermöglichen es den Jugendlichen, sich auszuprobieren und sich mit ihren Entwicklungsthemen auseinanderzusetzen (Mikos u. a. 2007:10). Die Medien stellen unterschiedliche Lebensmodelle vor, welche in der Peergroup diskutiert und ausprobiert werden können.

Gerade über das Thema Sexualität möchten sich Jugendliche nicht innerhalb der Familie auseinandersetzen. Hier regen Mikos zufolge Sexualitätsdarstellungen in Medien zur Diskussion in der Peergroup an. Medien führen geschlechtsspezifisches Rollenverhalten vor, das den Jugendlichen Sicherheit in ihrer sexuellen Orientierung und in ihrem Handeln gibt. (vgl. Mikos u. a. 2007:11-12) Mikos weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass Medien eine wichtige Rolle bei der (Geschlechts-) Identitätsentwicklung spielen:

Das eigene Selbstbild und -verständnis sowie Lebensperspektiven werden mit Hilfe des symbolischen und erzählerischen Materials der Medien gebildet. Die vielfältigen Lebensformen, Ideen, Werte und Rollenbilder, die in den Medien thematisiert werden, dienen als Ressource für die eigene Identitätsbildung. (Mikos u. a. 2007:12)



Jugendliche erfahren durch Medien normative gesellschaftliche Geschlechtervorstellungen. Sie können in Medien beobachten, welche Lebens- und Verhaltensformen gelingend dargestellt werden und welche weniger erwünscht bzw. weniger erfolgreich sind. Gerade in Bezug auf die Entwicklung der Geschlechtsidentität erhalten Jugendliche viele Darstellungen in den Medien. Mit den FreundInnen können dann die Darstellungen diskutiert werden, wodurch die Möglichkeit besteht, bestimmte Darstellungen zu kritisieren oder auch anzunehmen. In virtuellen Medien können sich Mädchen und Jungen auch selbst ausprobieren, indem sie z.B. in Computerspielen oder in Chatrooms in verschiedene Rollen schlüpfen, aber nur spielerisch, ohne zu viel von sich preisgeben zu müssen. Auch beim Anschauen von Jugendzeitschriften erfahren die Jugendlichen etwas über sich selbst. Dies geschieht dies z.B. durch Psycho-Tests, die den Jugendlichen helfen, sich selbst einschätzen zu lernen. Dabei spielt weniger das Testergebnis eine Rolle, sondern eher das Wählen einer vorgegebenen Antwort und der Austausch in der Peergroup. Hier wird deutlich, dass es an den Jugendlichen und ihren jeweiligen bisherigen Erfahrungen und ihrer jeweiligen Medienkompetenz liegt, wie sie mit den Inhalten der Medien umgehen. Denn inhaltlich bieten die Medien hinsichtlich verschiedener Darstellungen eines Geschlechts wenig Vielfalt (vgl. Kapitel 5). Selbstwirksamkeit erfahren Jugendliche z.B. durch das gemeinsame Anschauen und Nachsingen von Musikvideos.

Jugendliche probieren sich also neben Kleidung und Musik vor allem durch Medien aus, sie spielen eine wichtige Rolle bei der „Lebensmilieubildung“ und bei der Identitätsentwicklung (vgl. Ferchhoff 2007). Im Jugendalltag wurde in den letzten Jahren der Computer, das Handy und der iPod ein festes Medienelement. Ferchhoff betont, dass Individualität somit an unterschiedlichen Orten durch Medien hergestellt werden kann. Zu den wichtigsten medialen Freizeitorten gehören das Kino, die Diskothek und der Club. Im Bereich Computer nehmen interaktive Medien in der Freizeit von Jugendlichen einen immer größeren Raum ein. Sie dienen zunächst einmal als modernes Spielzeug, diese Kompetenzen werden aber spätestens in der Ausbildung von Vorteil sein, wo der Computer ein fester Bestandteil ist. (vgl. Ferchhoff 2007)

Mikos hebt jedoch neben den Medien die Bedeutung der gesellschaftlichen Umgebung hervor. Ihm zufolge ist die Identität eine Konstruktion, die durch soziale und kulturelle Interaktionen entsteht. Er unterscheidet zwischen der „sozialen Identität“ und der „Ich-Identität“. Die soziale Identität bezeichnet auf der einen Seite die Zugehörigkeit zu einer sozialen oder ethnischen Gruppe und auf der anderen Seite die Abgrenzung der Identitäten anderer Gruppen. (vgl. Mikos u. a. 2007:12-13) Auch die Geschlechtsidentität kann als Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe, nämlich dem Geschlecht, be-

zeichnet werden. Die Zugehörigkeit zu einer Geschlechtsgruppe gibt Sicherheit und Orientierung. Die Ich-Identität hingegen meint die individuellen, unverwechselbaren biographischen Ereignisse einer Person, die sich durch ständige Reflexion über sich selbst herausbildet und weiterentwickelt (vgl. Mikos u. a. 2007:13). Für beide Identitätsbeschreibungen bilden die Medien eine wichtige Instanz, sich seiner eigenen Identitätskonstruktion sicherer zu werden. Trotz des hohen Stellenwertes der Medien ist die Peergroup für Jugendliche nach wie vor sehr wichtig. Die Medienerfahrungen werden Mikos zufolge in die Peergroup eingebracht und dort revidiert und erweitert. Er verweist auf von Sara Bragg, die in ihrer Untersuchung über medial inszenierte Sexualität herausfand, dass Jugendliche in ihrer Verarbeitungsmöglichkeiten der Medieninhalte von Erwachsenen häufig unterschätzt werden. Erwachsene verurteilen z.B. häufig die Nacktheit und Sexualität im Fernsehen. Doch Mikos betont, dass für Jugendlichen diese Darstellungen von Interesse und von Bedeutung sind, um ihre eigene Geschlechterrolle zu entwickeln. (vgl. Mikos u. a. 2007:14-16) Dennoch muss dies kritisch betrachtet werden, da in Medien häufig ideale Körper dargestellt werden, die bei den Jugendlichen z.B. Essstörungen hervorrufen können (vgl. Kapitel 5). Darum ist das Interesse der Jugendlichen durchaus ernst zu nehmen, zugleich sollte aber die Verantwortung der Erwachsenen und der Medien nicht aus dem Blick geraten.

Gitta Mühlen Achs weist darauf hin, dass die Identität nicht einmal erworben wird und dann dieselbe bleibt, sie wird in Interaktionen ein Leben lang immer wieder hergestellt. Identitätskonstruktion geschieht auf der einen Seite durch das Herausstellen der eigenen individuellen Besonderheiten sowie die mit anderen gemeinsamen Bedeutungen. Die Identitätsentwicklung wird laut Mühlen Achs von traditionellen hierarchischen Geschlechtervorstellungen beeinflusst, in welchen der Mann dominiert und die Frau sich ihm unterordnet. Im Laufe der Zeit haben sich jedoch bestimmte gesellschaftliche Strukturen verändert, so sind nach dem Gesetz Frauen und Männer gleichberechtigt. Doch in unserer Gesellschaft sind nach wie vor bestimmte Vorstellungen von Geschlechterrollen vorhanden, die Einfluss auf die Identitätsentwicklung von Mädchen und Jungen haben. Häufig werden diese Geschlechtervorstellungen subtil vermittelt, vor allem in den Medien. So werden Geschlechtervorstellungen vor allem über Bilder unterschwellig und eindrücklich zugleich vermittelt. (vgl. Gitta Mühlen Achs 2004:202) Ferchhoff verweist auf die Veränderung der Wahrnehmung und des Bewusstseins durch die Medialisierung. Er spricht von dem „Verlust der Primärerfahrung“ und „die Selektion aller berichteten Geschehnisse“ durch das Erfahren der Wirklichkeit aus den Medien (Ferchhoff 2007:370). Die Medien können zum Ersatz für das reale Leben und Erleben werden, jedoch ist in unserer heutigen Zeit der Übergang von realer zur virtuellen Welt fließend. Die Medien stellen jedoch vieles oberflächlich dar und somit neh-

men Jugendliche auch vieles nur noch oberflächlich wahr. Es führt auch dazu, dass die Grenzen zwischen real und virtuell oft nicht mehr erkannt werden können und diese z.B. im sexuellen und Gewaltbereich nicht mehr auseinander gehalten werden.

Jugendliche nutzen Medien also, um ihre Entwicklungsaufgaben zu lösen und ihre Identität zu entwickeln. Medien sind ein wichtiger Bestandteil der Sozialisation von Jugendlichen, wie in 4.1 festgestellt. Dadurch wird deutlich, wie bedeutsam es für die Geschlechtsidentitätsentwicklung ist, in welcher Art und Weise in den Medien Geschlechter dargestellt werden. Denn die medialen Geschlechterdarstellungen haben Auswirkungen auf die Geschlechtsidentität von Jugendlichen. Im folgenden Kapitel wird darum die Geschlechterdarstellung in Medien untersucht.

## 5 Darstellung von Geschlecht in Jugendzeitschriften

In den vorangegangenen Kapiteln wurde deutlich, dass Medien einen Einfluss auf die Identität und Geschlechtsidentität haben. Insofern ist es von entscheidender Bedeutung, wie Geschlechter in den Medien dargestellt werden. Ich untersuche darum die Medien speziell im Hinblick auf das Thema Geschlechterdarstellungen. Dabei grenze ich die Untersuchung auf das Medium der Jugendzeitschriften ein. Im Folgenden gebe ich zunächst einen Einblick in bisherige Erkenntnisse zum Thema Geschlechterdarstellungen in Jugendzeitschriften. Unter 5.2 nehme ich Bezug auf meine Untersuchung und benenne die untersuchten Zeitschriften und meine Untersuchungskriterien. In 5.3 gehe ich auf den Inhalt der Zeitschriften ein und stelle die Ergebnisse bezüglich der Geschlechterdarstellungen in Jugendzeitschriften dar. Die gewonnenen Erkenntnisse sind unter 5.4 zusammengefasst.

### 5.1 Einordnung in bisherige Forschungen

Brigitte Hipfl zeigt in dem Buch „Identitätsräume“ (2004) auf, wie sehr die Darstellungen von Frauen in Medien von Männerfantasien gemacht sind. Die Autorin fordert darum eine Veränderung der Frauenbilder in den Medien. Hipfl macht in ihrem Aufsatz deutlich, dass es in unserer Gesellschaft „keine klare Trennung zwischen Medien, Alltag und Identität gibt“ (Hipfl 2004:16). Sie spricht von den Medien als „Zwischenräume“ (Hipfl 2004:17), in welchen die NutzerInnen ihre jeweiligen Identitäten erweitern. Sie macht somit die großen Auswirkungen der medialen Geschlechterdarstellung auf die Identität einer/eines Jugendlichen deutlich. Mühlen Achs (2004) weist zudem darauf hin, dass in den Medien viel über Bilder vermittelt wird, und Bilder implizieren eine gewisse Wahrhaftigkeit. So nehmen Jugendliche beim Anschauen der Fotos (u. a. in Jugendzeitschriften) unbewusst die dort dargestellten Geschlechterdarstellungen auf. Mühlen Achs untersuchte Foto-Lovestories in Jugendzeitschriften, insbesondere in BRAVO, auf die Darstellung der Geschlechter. Dabei stellte sie fest, dass die traditionellen Körperbilder in den Fotostories nach wie vor vorhanden sind. So werden die Jungen zumeist durch ihre Größe und kräftige Statur als unabhängig und selbstbewusst dargestellt, die Mädchen dagegen mit dünnem Körper, der Kraftlosigkeit, Unsicherheit und Abhängigkeit impliziert. Die Mädchen werden ihrer Untersuchung zufolge meist durch weibliche Idealkörper dargestellt, welche bei den LeserInnen zu großen Unsicherheiten führen können. So nennt Mühlen Achs eine repräsentative Untersuchung, nach dieser bei allen weiblichen Jugendlichen das Selbstwertgefühl unterdurchschnittlich ausgeprägt ist, bei den Jungen liegt das ausgeprägte Selbstwertge-

fühl zumindest über dem Durchschnitt. (vgl. Mühlen Achs 2004:204-205) Dieses wenig vorhandene Selbstwertgefühl führt bei immer mehr Mädchen zur Selbstzerstörung, vor allem durch Essstörungen. Nach einer Studie des Robert-Koch-Institutes weisen ein Fünftel aller 11 bis 17jährigen in Deutschland Symptome einer Essstörung auf, wobei 90% davon Mädchen sind

(vgl. [http://www.kiggs.de/experten/downloads/dokumente/neu\\_essstoerungen\\_hoelling.pdf](http://www.kiggs.de/experten/downloads/dokumente/neu_essstoerungen_hoelling.pdf), 7.11.2008).

Mühlen Achs beschäftigt sich in ihrem Aufsatz des Weiteren mit der Bedeutung der geschlechtsspezifischen Verhaltensweisen in unserer Gesellschaft. So werden als männlich bezeichnende Verhaltensweisen stets mit „Selbstbewusstsein, Macht und Dominanz“ verbunden: z.B. raumeinnehmendes Verhalten oder Verbergen von Gefühlen. Dagegen sind als weiblich geltende Verhaltensweisen mit Schwäche, Emotionalität und Hilfsbedürftigkeit gleichzusetzen: z.B. wenig Raum einnehmendes Verhalten, ein freundliches und entgegenkommendes Lächeln. Mühlen Achs beschreibt das Zusammentreffen beider Geschlechter in von den Medien dargestellten sozialen Interaktionen. Hier gibt es hierarchisierende Rituale, wie z.B. indem der Mann die Frau in einseitiger Weise berührt. Dadurch zeigt der Mann unterschwellig seine Überlegenheit. Die Frau hat sich nach traditionellen Vorstellungen anzuschmiegen, unterzuhaken, festzuklammern oder an der Hand führen zu lassen.

Die stereotype Darstellung von Frauen und Männern bzw. von heterosexuellen Paaren mittels solcher hierarchisierender Zeichen stellt eine unmittelbare ‚Verkörperung dieses Verhältnisses von Abhängigkeit und Autonomie dar (Mühlen Achs 2004:207).

Mühlen Achs weist damit auf die Problematik der geschlechterstereotypen Darstellungen in Medien hin: Sie hängen unmittelbar mit den hierarchischen Strukturen unserer Gesellschaft zusammen.

Die Untersuchungserkenntnisse von Mühlen Achs werde ich im Folgenden überprüfen, indem ich eigens verschiedene Jugendzeitschriften untersuche.

## 5.2 Hintergründe der Untersuchung

In diesem Kapitel begründe ich meine Entscheidung, Jugendzeitschriften zu untersuchen und beschreibe die für die Untersuchung ausgewählten Zeitschriften, um danach die Untersuchungskriterien zu benennen.

### 5.2.1 Begründung der Auswahl

Im Folgenden begründe ich die Entscheidung, Jugendzeitschriften zu untersuchen.

Jugendzeitschriften haben bei Jugendlichen nach wie vor eine große Bedeutung, auch wenn sich die Mediennutzung insgesamt verändert hat und Jugendliche mehr Zeit vor dem Computer verbringen als mit Zeitschriften. Hinsichtlich der Printmedien verbringen Jugendliche mehr Zeit mit Zeitschriften als mit Büchern oder Zeitungen. Dabei lesen weibliche Jugendliche (88,2%) häufiger in Zeitschriften als männliche Jugendliche (77,5%). (vgl. Treumann u. a., 2007: 139)

Zeitschriften werden oft als Nebenbeschäftigung parallel zu anderen Medien verwendet. Die meisten Zeitschriften haben eigene Internet-Auftritte, die ich im Folgenden berücksichtigen werde. Das Medium Jugendzeitschriften habe ich gewählt, da das gedruckte Medium gewisse Besonderheiten gegenüber dem Internet aufweist: Zeitschriften werden eventuell mehrmals durchgeblättert, bestimmte Seiten werden öfter und länger angeschaut und Bilder haben eine große Wirkung, da sie direkt ins Unterbewusstsein gelangen. Zudem berichten Jugendzeitschriften unter anderem über Inhalte anderer Medien, z.B. über Fernsehshows und -serien, Musikvideos und Computerspiele. Damit ist davon auszugehen, bei der Untersuchung von Jugendzeitschriften auch gleichzeitig einen Einblick über Geschlechterdarstellungen in den anderen Jugendmedien zu erhalten.

Sara Bragg und David Buckingham kamen durch ihre Studie zu dem Ergebnis, dass vor allem für Mädchen Jugendzeitschriften eine wichtige Informationsquelle darstellen. Vor allem die sexuelle Aufklärung in Zeitschriften wird von Mädchen als angenehm empfunden, da die Informationen informativ und ohne Belehrungen (wie sie etwa bei LehrerInnen oder Eltern vorkommen) weitergegeben werden. Auch die Anonymität wird als positiv empfunden, wie es ein 12-Jähriges Mädchen beschreibt: „So kann man alles Mögliche herausfinden, ohne dass jemand anderes davon erfährt“ (vgl. Bragg, Buckingham 2007:88).

### 5.2.2 Untersuchte Zeitschriften

Im nachfolgenden Abschnitt werden die untersuchten Zeitschriften vorgestellt.

Untersucht wurden Ausgaben von BRAVO, BRAVO GIRL, YAM! und MÄDCHEN. Diese Zeitschriften habe ich zum einen gewählt, weil sie bei unterschiedlichen Verlagen erscheinen. So stammen MÄDCHEN und YAM! aus dem Axel Springer - Verlag, wobei BRAVO und BRAVO GIRL dem Heinrich Bauer Verlag angehören. Ein weiterer Aspekt für die Auswahl ist die Zielgruppe. So richten sich BRAVO GIRL und MÄDCHEN ausdrücklich an Mädchen, während BRAVO und YAM! an beide Geschlechter gerichtet ist. BRAVO, MÄDCHEN und YAM! verfügen über einen eigenen Internetauftritt. Es wurde von jeder Zeitschrift jeweils eine Ausgabe exemplarisch untersucht. Darum ist im Folgenden mit der Nennung der Zeitschrift jeweils nur das untersuchte Exemplar gemeint. Durch die Sichtung von weiteren Exemplaren der jeweiligen Zeitschriften, repräsentieren die ausgewählten Exemplare meiner Meinung nach jedoch durchaus den Durchschnitt. Folgende Zeitschriften-Ausgaben wurden untersucht:

- BRAVO Nr.32/2008
- BRAVO GIRL Nr.18/2008
- MÄDCHEN Nr.21/2008
- YAM! Nr.10/2008

Um die Zeitschriften in der Medienwelt einordnen zu können, werden zunächst Hintergrundinformationen der jeweiligen Zeitschrift dargestellt.

Die Zeitschrift BRAVO erschien zum ersten Mal im Jahr 1956. Damals lag der Schwerpunkt zunächst im Schlagerbereich, später im Rock&Roll- Bereich. Seit 1969 gibt es die bekannte Dr. Sommer- Beratung. Die wöchentlich erscheinende Zeitschrift richtet sich an Mädchen und Jungen im Alter von 12 bis 17 Jahren und kostet derzeit 1,40 €. Die Zahl der verkauften Auflagen liegt nach Verlagsangaben derzeit bei 442.967 Exemplaren, wobei die Zeitschrift mehr von Mädchen als von Jungen gelesen wird. (vgl. <http://www.bauermedia.com/bravo.0.html>, 5.10.2008).

BRAVO GIRL gibt es seit 1985 und ist speziell an Mädchen zwischen 14 und 19 Jahren gerichtet. Die Zeitschrift erscheint 14-tägig und kostet 1,70 €. Den Verlagsangaben zufolge liegen die verkauften Exemplare bei 156.197 Stück pro Ausgabe. BRAVO GIRL sieht sich als "kompetente Begleiterin für Mädchen und junge Frauen". ([http://www.bauermedia.com/bravo\\_girl.0.html](http://www.bauermedia.com/bravo_girl.0.html), 5.10.2008). Während die Schwerpunkte bei BRAVO auf Musik und Sexualität liegen, ist bei BRAVO GIRL der Schwerpunkt Mode und Aussehen deutlich zu erkennen.

Auch MÄDCHEN richtet sich an weibliche Jugendliche, wobei die Zielgruppe mit 12 bis 17 Jahren jünger ist als bei BRAVO GIRL. MÄDCHEN erschien 1976 zum ersten Mal und ist 14-tägig für 1,70 € zu erwerben. Die verkauften Exemplare liegen bei 159.880 Stück. Der

Verlag beschreibt MÄDCHEN als beste Freundin, die Hilfestellungen gibt. (vgl. <http://www.asmm.de/M%C3%84DCHEN.html>, 8.11.2008)

YAM! erschien im Jahr 2000 zum ersten Mal und ist somit die jüngste der vorgestellten Zeitschriften. Seit Mai 2008 erscheint die Zeitschrift mit einem veränderten Konzept, das nicht mehr als Konkurrenz zu BRAVO zu sehen ist, sondern sich an junge Erwachsene zwischen 15 und 25 Jahren richtet. YAM! gibt es einmal im Monat für 1,80 € zu kaufen. Aktuelle Verkaufszahlen liegen noch nicht vor, der Verlag rechnet mit 170.000 bis 200.000 Exemplaren. YAM! will das Lebensgefühl der Jugendlichen widerspiegeln. (vgl. [http://www.mediapilot.de/cda/index.php?cn=350&np=546&nt=3\\_](http://www.mediapilot.de/cda/index.php?cn=350&np=546&nt=3_), 8.11..2008)

### 5.2.3 Untersuchungskategorien

Bei der Untersuchung der genannten Zeitschriften beachte ich im nächsten Kapitel folgende Kategorien unter dem Aspekt von Weiblichkeit und Männlichkeit:

- Sprache
- Aussehen und Kleidung
- Handlungen und Eigenschaften
- Schule und Beruf
- Sexualität
- Beziehungen zum jeweils anderen Geschlecht

Diese Kategorien sind angelehnt an die Entwicklungsaufgaben im Jugendalter, die in Kapitel 4.4 erwähnt werden. Ich habe diese Kategorien gewählt, da sich dadurch meiner Meinung nach die Geschlechterdarstellungen in Jugendzeitschriften gut beschreiben lassen. Wie in Kapitel 2 beschrieben, beeinflussen sowohl die Sprache als auch die Kategorie Körper (hier bezeichnet als „Aussehen und Kleidung“) das Doing Gender. Frauen und Männern werden unterschiedliche Handlungsweisen und Eigenschaften zugeschrieben, was sich auf die Geschlechtsentwicklung von Jugendlichen auswirkt. Schule, Beruf und Sexualität sind wichtige Themen im Jugendalter. Gerade der Bereich Schule und Beruf ist ein wichtiger Punkt, da gerade durch die Arbeitsteilung unserer Gesellschaft Geschlechter konstruiert werden. Die Beziehungen zum jeweils anderen Geschlecht zeigen oft die tatsächlichen Geschlechterzuschreibungen auf. Denn vor allem durch den Vergleich zum anderen Geschlecht, das ja in unserer Gesellschaft als das Gegensätzliche gesehen wird, werden Unterschiede erkennbar.

### 5.3 Untersuchungsergebnisse



Zunächst wird ein Überblick über die inhaltliche Ausrichtung der jeweiligen Zeitschrift gegeben. Daraufhin sind die Untersuchungsergebnisse hinsichtlich der genannten Kriterien dargestellt. Zudem wird anschließend auf die jeweiligen Internetauftritte der Zeitschriften eingegangen.

- **inhaltliche Ausrichtung**

Die inhaltliche Ausrichtung der Zeitschriften lässt sich feststellen, indem ein Blick auf die Themen geworfen wird. Die Zeitschriften sind in folgende Rubriken unterteilt:

BRAVO hat insgesamt 76 Seiten pro Ausgabe, die in *Stars*, *Fun*, *Life*, *Love*, *Movie* und *TV* unterteilt sind. Dabei nimmt die Rubrik *Stars* mit 25 Seiten (Heft Nr. 32/2008) eindeutig den meisten Platz ein.

BRAVO GIRL enthält 82 Seiten: *Stars*, *Mode&Trends*, *Beauty*, *Jungs*, *Liebe-Sex&Körper*, *Aktionen*, *leben*, *Spaß&Tests* und *In jedem Heft* (Horoskop, In&Out Liste). Dabei sind die Rubriken *Mode&Trends* und *Beauty* mit jeweils 13 Seiten (Heft Nr. 18/2008) am stärksten vertreten.

MÄDCHEN erscheint mit 74 Seiten, die in folgende Rubriken unterteilt sind: *Hot Stuff*, *Style*, *Seele*, *Beauty*, *Fotolove*, *Service*, *Spotlight* und *Immer im Heft*. Dabei sind 26 Seiten (Heft Nr. 21/2008) mit der Rubrik *Beauty* und mit Modethemen besetzt.

YAM! enthält 98 Seiten und folgende Rubriken: *Stars*, *Special*, *Styles*, *Storys* und *Service*. Der Bereich *Stars* ist mit 19 Seiten (Heft Nr.10/2008) am stärksten vertreten, hinzu kommt in der untersuchten Ausgabe das 14-seitige *Special* über Hardrock.

Dieser Blick gibt schon einen ersten Einblick in die Schwerpunkte der Zeitschriften. Es fällt auf, dass BRAVO GIRL und MÄDCHEN hauptsächlich Mode und Schönheit thematisieren, also davon ausgehen und damit auch implizieren, dass Mädchen und junge Frauen sich genau für diese Themen hauptsächlich interessieren.

- **Sprache**

Im Anhang sind Bezeichnungen und Eigenschaften aufgelistet, die in den jeweils untersuchten Ausgaben der Zeitschriften BRAVO, BRAVO GIRL, MÄDCHEN und YAM! für das weibliche bzw. das männliche Geschlecht verwendet werden. Die Ergebnisse sind im Folgenden erläutert.

In der Zeitschrift BRAVO wird das weibliche Geschlecht mit 16 Nennungen des Begriffes „Freundin“ am häufigsten über den Beziehungsstatus benannt. In BRAVO GIRL! und YAM! hingegen stehen geschlechtsbezogene Begriffe wie „Mädchen“ und „Girl“ (BRAVO GIRL) oder „Mädchen/Mädels“ und „Frau/Frauen“ (YAM!) an erster Stelle. In MÄDCHEN werden „Mädchen/Mädels“ und „Freundin“ fast gleich oft verwendet. (vgl. Anhang 1)

Das männliche Geschlecht wird in BRAVO vorwiegend über verwandtschaftliche Beziehungen „Papa/Dad/Vater“ benannt, während in den übrigen Zeitschriften geschlechtsbezogene Bezeichnungen überwiegen: „Junge/Jungs“ in BRAVO GIRL und MÄDCHEN, sowie „Mann/Männer“ in YAM!. Bezeichnungen, die eine Beziehung beschreiben, sind beim männlichen Geschlecht deutlich weniger zu finden als beim weiblichen Geschlecht. Nur in MÄDCHEN kommt die Bezeichnung „Freund“ an zweiter Stelle. (vgl. Anhang 3)

Bezeichnungen, die sich auf Eigenschaften und auf das Verhalten beziehen, entsprechen den Geschlechterklischees. Das weibliche Geschlecht wird als hinterhältig, das männliche Geschlecht als aggressiv dargestellt. So werden Mädchen als Diva, Zicken, Verräterinnen und Schlampen benannt, während Jungen als Schläger oder Machos bezeichnet werden. Beschrieben werden Jungen am häufigsten als cool und süß, Mädchen dagegen als hübsch und süß. Dies zeigt, dass Mädchen vorwiegend über ihr Äußeres beurteilt werden. (vgl. Anhang 1-4)

Unterschiede sind auch bei den Berufsbezeichnungen zu erkennen. Schule und Beruf spielen in allen Zeitschriften eine untergeordnete Rolle. YAM! stellt eine Ausnahme dar, indem in jeder Ausgabe ein Beruf vorgestellt wird und zudem in Reportagen Berufe genannt werden, die auch außerhalb der Medienwelt eine Rolle spielen. In BRAVO werden ausschließlich Berufe aus der Musik- und Starwelt genannt, so ist die Bezeichnung „Sängerin“ mit fünf Nennungen an erster Stelle dieser Kategorie. Auch in BRAVO GIRL werden fast nur Starberufe genannt, so ist „Model“ mit elf Nennungen auf Platz eins. Dies zeigt die hohe Gewichtung auf körperliche Schönheit bei Mädchen in BRAVO GIRL. Der Beruf „Psychologin“ wird als Berufsbezeichnung der Beraterin „Eva“ (50)<sup>4</sup> genannt. In MÄDCHEN sind ebenfalls fast nur Berufe aus der Starwelt zu finden, mit Ausnahme der einmaligen Nennung der „Verkäuferin“. Auch in YAM! entstammen die Berufe fast ausschließlich der Medienwelt. Die Berufe Grafikerin und Masseurin werden in Zusammenhang mit der Medienwelt beschrieben. Anders sieht die Darstellung der Berufswelt der Männer aus. Zwar ist auch hier der meist genannte Begriff „Sänger“, jedoch sind die Berufsbezeichnungen breiter gefächert und nicht nur aus der Musik- und Filmwelt. So werden solide Berufe wie Fahrer, Techniker, Verkäufer, Notarzt, Lehrer, Polizist, Feuerwehrmann, Chiropraktiker, Genforscher und Elektriker genannt. Die meisten männlichen Berufsbezeichnungen sind in YAM! zu finden. Diese realistischen Berufe sind - mit Ausnahme von Verkäufer und Lehrer - traditionelle männliche Berufe. (vgl. Anhang 1 u. 3)

Den Leserinnen werden somit hauptsächlich Berufe aus der Starwelt gezeigt, die für sie zum einen eher unrealistisch zu erreichen sind und zum anderen die Wichtigkeit von kör-

---

<sup>4</sup> Die Zahl in den Klammern entspricht hier und im Folgenden der Seitenzahl der angegebenen Zeitschrift.

perlicher Schönheit vermitteln. Außerdem wird den Mädchen unterschwellig vermittelt, dass die reale Berufswelt männlich ist.

Die realistische Berufswelt wird - außer teilweise in YAM! - nicht dargestellt, wobei zu beachten ist, dass die Zielgruppe eher SchülerInnen sind. Doch auch der Begriff „Schülerin“ kommt in MÄDCHEN und BRAVO GIRL jeweils nur einmal vor, genauso wie die Bezeichnung „Streberin“. Das Thema Lernen und Bildung spielt keine Rolle, was bemerkenswert ist, wenn man bedenkt, dass die angesprochenen Jugendlichen den Großteil ihrer Zeit in der Schule/Ausbildung bzw. mit Lernen verbringen.

Die Sprache im Hinblick auf die Geschlechterkonstruktion in den Zeitschriften zeigt dieser Untersuchung zufolge eine eindeutige stereotype Geschlechterdarstellung.

- **Aussehen und Kleidung**

Körperliche Schönheit bildet den Schwerpunkt der Zeitschriften. Das Abweichen vom idealen Aussehen wird negativ dargestellt und muss korrigiert werden. In MÄDCHEN und BRAVO GIRL! drehen sich die meisten Themen um körperliche Schönheit, während in BRAVO und YAM! in erster Linie über Stars berichtet wird, wobei auch bei diesen Berichten häufig das Erscheinungsbild der Stars bewertet wird.

In der Zeitschrift BRAVO sind Mode-Tipps immer kombiniert mit dem Aussehen von Stars, das bewertet wird. Wenn das Styling gut beurteilt wird, werden oft Hinweise auf Marken oder Geschäfte gegeben, die Ähnliches verkaufen. Der erste Report in BRAVO ist „Miley und Ashley auf Shoppingtour“, bei dem auf einer Doppelseite Fotos von einer Shoppingtour der 15jährigen und 23jährigen „Megastars“ zu sehen sind (4). Auf der In&Out Liste finden sich u. a. Hinweise auf Modetrends, die mit Stars verbunden sind, z.B.: „Die Farbe Grasgrün. Egal ob an Klamotten oder in der Wohnung (so wie bei Jamie Lynn Spears) - das frische Grün macht richtig Spaß!“ (5) Durch Aussagen wie „Strahlblaue Augen, süßes Lächeln: Lulu könnte so ziemlich jeden Jungen haben“ wird zum einen deutlich gemacht, welche Vorlieben Jungen haben (sollen) und zum anderen an die Mädchen vermittelt, dass die gezeigte junge Frau perfekt ist.

Auch in BRAVO GIRL werden aktuelle Trends bei Stars beobachtet, bewertet und anschließend Tipps gegeben, wo man sich die Kleidung oder Kosmetik kaufen kann. Die untersuchte Ausgabe enthält zudem „Die härteste Schulprüfung der Welt“ (8-13). Es werden sechs Mädchen vorgestellt. Jeweils ein Junge und die „Zicken-Clique“, bestehend aus vier Mädchen, bewerten den Kleidungsstil des Mädchens. Ein Junge stylt das Mädchen nach seinem Geschmack um, was am Ende wieder von der „Zicken-Clique“ immer positiv bewertet wird. Über das Aussehen schreibt die „Zicken-Clique“ den Mädchen zugleich Eigenschaften zu: „Wer so in die Schule kommt wie Sarah, ist mit Sicherheit eine Petze, die gleich zum Lehrer rennt“ (8). Wichtig ist diesem Bericht zufolge, sich so zu

kleiden, dass in der Schule niemand einen Grund dafür findet, schlecht über das Aussehen zu urteilen. So fällt auch das Lob der „Zicken-Clique“ aus: „Wenn sie uns so begegnet, fällt uns nichts zum Lästern ein“ (11). Die umgestylten Mädchen selbst kommen jedoch nicht zu Wort, was zeigt, dass die Meinung der Jungs und der anderen Mädchen mehr zählt als die eigene Meinung.

In einem weiteren Bericht werden zehn Mädchen zu Models umgestylt, wobei wieder konkrete Hinweise gegeben werden, wo es die Kleidung zu kaufen gibt.

Bei den Schönheits-Tipps werden teilweise unterschwellig, teilweise aber auch ganz offen durch In und Out-Listen Schönheitsideale vermittelt. Zudem werden Jungs als wichtige Begutachter dargestellt, wie z.B. „Nick“ in BRAVO GIRL: „Durch den leichten Schimmer-Effekt von Lipgloss fühlen wir Jungs uns magisch angezogen“ (38)

In MÄDCHEN und BRAVO GIRL werden konkrete Tipps und Hilfestellungen zum richtigen Schminken und Kombinieren von Kleidung gegeben.

In YAM! sind Kleidungs- und „Beauty“-Tipps für beide Geschlechter gleichermaßen vorhanden. Doch bei der Unterwäsche werden nur „süße Teile“ für die Leserinnen gezeigt (74).

- **Handlungen und Eigenschaften**

In der untersuchten Ausgabe der BRAVO befinden sich vier große Berichte über Stars. Dabei werden die Stars in rollenkonformen Handlungen gezeigt. So wird der „Deutschland sucht den Superstar“- Sieger beim Quad-Fahren auf einer schlammigen Rennstrecke gezeigt und in einem weiteren Bericht wird ein Skateboard-Star aus Kalifornien vorgestellt. Auf der anderen Seite wird die 17-jährige Jamie Lynn Spears gezeigt, die freudestrahlend ihr Baby in den Armen hält. Es wird berichtet, wie gut es ihr mit dem Kind geht: „Jamie ist einfach nur happy“, „sie ist auch ein tolles Vorbild für ihre große Schwester Britney“ (14). Dabei ist ein Foto von „Britney im Schmuddel-Look“ zu sehen und als Gegensatz ein Foto von ihr, das sie mit blonden langen Haaren und schwarzem Minikleid zeigt: „So schön wie lange nicht mehr“ (15). Es wird dabei vermittelt, dass sich eine Frau verführerisch kleiden sollte und dass es ausschließlich Vorteile mit sich bringt, im Alter von 17 Jahren Mutter zu werden.. Der vierte Starbericht zeigt die Sängerin Rihanna, die normalerweise „verführerisch“, „süß“, „sexy und glamourös“ ist, doch nun alle schockt, indem sie im neuen Musikvideo „zum Monster geworden“ ist (30). Das Foto zeigt die Sängerin in Follersituationen, wie sie gefesselt ist, Spinnen über sie laufen und „ihr Gesichtsausdruck schwankt zwischen supersinnlich und total durchgedreht“ (31). Dies impliziert zum einen, dass es für eine Frau richtig ist, sich schön zu schminken und zu kleiden: „Zarte Silberkette, Brill-Ohrstecker und ein wunderschönes Ballkleid“, so wie sich die

Sängerin normalerweise gibt (31). Zum anderen lässt sich dem Bericht zufolge Folter und Sinnlichkeit miteinander verbinden.

In BRAVO GIRL gibt es die Seite „Ihr fragt - ein echter Typ antwortet!“, bei der Nick Fragen beantwortet. Das Aussehen sowie das Alter von „Nick“ bleiben unbekannt, angeblich, weil Nick „keinen Ärger mit seinen Geschlechtsgenossen“ will (22). Die wahre Identität bleibt fraglich. Hier werden Jungs als fremde Wesen dargestellt, die völlig anders sind als Mädchen. Während Jungs nun mal so „sind“, haben sich die Mädchen darauf einzustellen. So erklärt Nick: „Es gibt nämlich im Leben von Jungs einfach ‚unzurechnungsfähige‘ Phasen - in denen wir auf bestimmte Mädchen stehen, die durch ihr Aussehen oder ihre Erfahrung unsere Fantasie anheizen. Das Schöne daran - für euch wie für uns - ist: Diese Zeit geht vorbei. Das Schlechte: Bis wir uns auch in ganze Mädchen - und nicht nur in Teile (z.B. Brüste) verlieben, müsst ihr uns ertragen.“ (22) Außerdem verkleiden sich in BRAVO GIRL junge Frauen der Band „Fräulein Wunder“ in „echte Typen“ und verbringen einen Tag in groben Turnschuhen, weiten Hemden, künstlichen Bärten und mit coolem Gesichtsausdruck. Nach diesem „Experiment“ waren sich die Mädchen einig: „Jungs können sich fast alles erlauben“(69), denn sie konnten so „Mädels anmachen“ und „den ‚Playboy‘ kaufen. Als Mädchen haben sie das Gefühl, dass nicht alles erlaubt ist: „Manche Dinge gehören sich für ein Mädchen nicht“ (69). Der Hintergrund: „Fräulein Wunder“ veröffentlichten vor kurzem ihr Lied „Wenn ich ein Junge wär“. In dem Text beschreiben die Mädchen, was Jungs alles dürfen und dass sie sich jederzeit unmöglich benehmen können. Letztendlich möchten sie aber dennoch Mädchen sein, so auch das Fazit des Experiments in BRAVO GIRL. Begründet wird dies mit den schöneren Klamotten für Mädchen und dass sich diese schminken dürfen. Dem Bericht folgt ein Test: „Wenn du ein Junge wärst - welcher Typ wärst du?“ (70), bei dem es drei Varianten gibt: „Der Wilde“, „Der Verführer“ oder „der Frauenverstehrer“.

Die Zeitschrift YAM! spricht in ihren verschiedenen Beiträgen teilweise beide Geschlechter an und in bestimmten Beiträgen nur die jungen Männer bzw. nur die jungen Frauen. So werden bei dem Bericht „So wirst du ein Pussycat Doll“, sowie dem Test „Kannst du ein Geheimnis für dich behalten?“ und dem Horoskop eindeutig nur die Leserinnen angesprochen. In dem Special werden „Die Kult-Bands der harten Szene“ vorgestellt, diese „harte Szene“ wird eindeutig als eine Männerwelt dargestellt, Künstlerinnen in dieser Musiksparte werden außer Acht gelassen. Hier wird hart und wild mit männlich gleichgesetzt. Ebenso werden sexy („So wirst du ein Pussycat Doll“) und emotional (Test und Horoskop) als weibliche Eigenschaften angesehen.

Auf der Comedy-Doppelseite zum Thema „Wer wird der neue US-Präsident?“ (32/33) sind Stars durch Fotomontagen auf Wahlplakaten zu sehen. Dabei sind drei Wahlplakate mit weiblichen Stars besetzt. Eines davon zeigt eine Frau mit Baby auf dem Arm und der

Werbeslogan heißt: „Auch du solltest deinem Baby eine gute Mutti sein!“. Die zwei anderen sind sexistischer Art und frauenverachtend: Auf dem einen steht: „Party für alle - Blond-Bunnys lassen Opus nicht drüber“ und in der Sprechblase der Blondine steht: „Politik ist nicht so mein Ding. Aber ich will im Weißen Haus wohnen.“ Auf dem anderen Plakat sind folgende Sprüche zu sehen: „FrauenPower - Vote for Vagina Sex.“ und „Das Haushaltsloch wird so was von gestopft!“ Auf dem ersten Plakat wird eine Frau klischeehaft als Mutter dargestellt (wie in BRAVO, siehe oben), bei dem zweiten Plakat wird die Frau als ungebildet und politisch uninteressiert gezeigt und auf dem dritten Plakat wird sie auf ihre Sexualität reduziert. Bei den Plakaten der Männer werden Koch- und Putztätigkeiten als unmännlich und lächerlich dargestellt. Auf dem ersten Plakat spricht ein Mann: „Hammergeil! Sido wird bei mir Kultusminister und Bushido putzt die Klos im Bundestag!“ Sido und Bushido sind beides Rapper, wobei Sido durch seine frauenverachtenden Texte schon oft in die Kritik geraten war. Das frauenverachtende Verhalten wird somit toleriert, Sido soll also ein hohes Amt bekommen, während seinem Konkurrent die lächerliche (weil vermutlich weibliche?) Aufgabe des Putzens zukommt. Ein weiteres Plakat zeigt einen Mann: „Meine Bildungsoffensive: Rappen statt Rechnen, Lästern statt Lesen, Kiffen statt Kochen!“ Auch die traditionelle weibliche Tätigkeit des Kochens wird als abwegig für diesen Mann dargestellt.

Auf der Comedy-Seite von YAM! ist des Weiteren ein Comic „Die kleine Gruftschlampe“ abgebildet, indem die Frau ausschließlich auf ihre Sexualität reduziert wird. Unter der Überschrift „Atzes krasse Sprüche“ sind klischeehafte Witze zu lesen. Auch hier werden Witze auf Kosten von Frauen gemacht („Ich bin nie krank: Ich habe ein Immunsystem wie eine Bahnhofsnutte in Bukarest.“).

Auf der Doppelseite mit der Überschrift „So wirst du eine Pussycat Doll!“ werden die weiblichen Leser angesprochen: „...wünschst du dir nicht, so heiß zu sein wie sie? Kein Problem! YAM! sagt dir, wie du es schaffst, so sexy und selbstbewusst zu werden wie ein Pussycat Doll!“ (16/17). Die fünf Mitglieder der Tanzgruppe zeigen sich in knapper Kleidung und aufreizenden Posen. Die Botschaft der Fotos und der Überschrift ist: Das Aussehen und die Darstellung des Körpers sind diesem Bericht zufolge Voraussetzung für ein selbstbewusstes Auftreten einer Frau. Im Text stehen jedoch ganz andere Ratschläge: „Steh zu dir! Ich nehme mir selbst den Druck, immer gut auszusehen. Denn letztendlich geht es mehr um die Persönlichkeit.“ (16). Die Fotos sprechen jedoch eine andere Sprache.

In MÄDCHEN werden „11 Fragen, die Jungs nerven“ aufgelistet (17). In dem Bericht werden Mädchen als naiv und dummlich dargestellt, wenn sie bestimmte Fragen stellen, wie z. B. „Warum hast du dich denn nicht gemeldet?“. Ein Mädchen nervt demzufolge, wenn

sie Fragen stellt. Die Botschaft ist eindeutig: Ein Mädchen sollte darum besser zurückhaltend und abwartend sein.

- **Schule und Beruf**

In allen untersuchten Zeitschriften spielt die Schule eine untergeordnete Rolle. Außerdem wird kein realistisches Berufsbild vermittelt. Bildung und Ausbildung als Voraussetzung für die Erwerbstätigkeit werden nicht genannt.

In der BRAVO wird das Thema Schule in den Artikeln mit keinem Wort erwähnt. Lediglich bei dem Steckbrief der beiden Jugendlichen in „Bodycheck“ (48/49) gibt der Junge an, die Fachoberschule zu besuchen und das Mädchen, eine Ausbildung zur Kosmetikerin zu absolvieren. Weitere Berufe werden nur im Zusammenhang mit Star-Berufen genannt, z.B. SängerIn oder SchauspielerIn (siehe oben).

Auch in BRAVO GIRL spielt das Thema Schule eine untergeordnete Rolle. So geht es bei der Modeberatung „Die härteste Schulprüfung der Welt“ (8) um Schulmode und es wird dargestellt, wie man sich in der Schule am besten kleidet. Zudem wird in den beigefügten Tarot-Karten der untersuchten Ausgabe immer auch die Kategorie „Schule“ genannt. In der Foto-Lovestory kommt der Rettungsarzt, um einem Mädchen zu helfen, der Beruf Arzt wird rollensstereotyp dem Mann vorbehalten (49).

Auch in MÄDCHEN kommen die Themengebiete Beruf und Schule nicht vor. Berufe sind aus der Starwelt oder eindeutig an Männern festgemacht. So treten in der Foto-Lovestory ein Lehrer und zwei Polizisten (42) in Erscheinung.

Wie bereits erwähnt, sind in YAM! die meisten Berufsbezeichnungen zu finden, die sind jedoch hauptsächlich auf Männer bezogen. Auf einer viertel Seite wird in der untersuchten Ausgabe der Beruf „Grafiker/in“ vorgestellt, bei dem das Foto einer Grafikerin der Schwesterzeitung „Popcorn“ zu sehen ist (94). Außerdem wird ein Praktikum bei YAM! verlost, bei dem man diesen Beruf kennen lernen kann. Der Beruf wird so etwas verklärt dargestellt, denn nicht alle Grafikerinnen und Grafiker arbeiten bei einer auflagenstarken Zeitschrift. In zwei weiteren Berichten werden ebenfalls Berufe vorgestellt, die beide von Männern ausgeübt werden und die bei der Berufswahl der LeserInnen wohl kaum eine Rolle spielen dürften. Zum einen ein Mönch im Kapuziner-Kloster, der Priester werden will. Der zweite Bericht heißt „Ich bin der Diener von Kool Savas“, dabei spielt ein YAM! - Reporter ein Tag lang den Butler eines bekannten Rappers.

- **Sexualität**

In der BRAVO werden auf der Doppelseite „Dr.-Sommer-Sprechstunde“ Fragen rund um den Körper und die Sexualität beantwortet. Bei jeder Antwort steht ein Link bezüglich der BRAVO-Webseite, auf der es weitere Informationen zum Thema gibt. Die Antworten sind

meist beruhigender Art, z.B. „Mach dir keine Sorgen, liebe Sisi, mit dir ist alles in Ordnung“ oder „Deine Gefühle, liebe Nelly, sind verständlich.“ In der untersuchten Ausgabe werden zwei Fragen von Mädchen und drei Fragen von Jungen beantwortet.

Auch bei dieser Rubrik wird über Stars berichtet. So steht in der untersuchten BRAVO-Ausgabe der dreiseitige Bericht „Die freche Liebes-Lüge“, bei dem Stars vorgestellt werden, die behaupten, bis zur Ehe Jungfrau bleiben zu wollen. Es werden weibliche und männliche Stars vorgestellt, die „warten“ wollen. Dabei unterstellt ihnen BRAVO, dass dies nicht stimmt: „Mit dem Unschulds-Image machen sie Millionen“ (32). Den LeserInnen wird dabei vermittelt, dass es unmöglich ist, dass diese Stars ohne Sexualität auskommen. Zum anderen wird vermittelt, dass vieles der Star-Welt nicht der Wahrheit entspricht und nur dem Geldverdienen dient.

Des Weiteren gibt es den „Bodycheck“, bei der in jeder BRAVO-Ausgabe ein Mädchen und ein Junge nackt gezeigt werden. Bei der untersuchten Ausgabe steht der Junge selbstbewusst da, indem er aufrecht vor einer schwarz-weißen Wand steht. Das Mädchen steht seitlich, hält den Kopf nach unten geneigt und hält sich an einem Vorhang mit roten Herzen fest, sie wirkt im Gegensatz zu dem Jungen verspielt.

In der untersuchten BRAVO GIRL spielt Sexualität eine untergeordnete Rolle. Unter dem Titel „Liebe und Sex“ werden Fragen von Leserinnen rund um das Thema Beziehung beantwortet (50). Dabei drehen sich die zum Teil sehr naiven Fragen meist um das eigene Selbstbewusstsein, das direkt mit dem Aussehen zusammenhängt: „Seit ich kurze Haare habe, ist mein Freund so komisch. Bin ich nicht mehr sein Typ?“ oder „Meine Freundin und ich haben keinen Freund. Dabei sehen wir nicht schlechter aus als die anderen Girls. Stimmt was nicht mit uns?“. Darauf werden knappe, oberflächliche Antworten gegeben.

In MÄDCHEN ist das Thema Sexualität ausschließlich auf der Seite „Sex-Mail“ zu finden. Die Fragen werden offen, sensibel und ausführlich beantwortet.

In YAM! wird die Aufklärungsseite „Dr.Sommer“ von BRAVO lächerlich gemacht: „Sex Comedy: Frag Dr. Popp“ (34). Dabei werden dümmliche Fragen gestellt wie „Kann ich vom Flaschendreher schwanger sein?“. Die Antworten sind zum Teil sehr niveaulos, wie auf die genannte Frage: „Vielleicht hat dir da jemand nicht nur die Zunge in den Hals, sondern etwas ganz anderes ganz woandershin gesteckt?“ Diese Rubrik trägt weder zur Aufklärung bei, noch zu einem gesunden Verhältnis zur Sexualität. Unsicherheiten und Fragen zum Thema Sexualität werden lächerlich gemacht.

Vor allem BRAVO klärt durch klare Worte und Bilder die Jugendlichen über Sexualität auf. Dabei werden den Geschlechtern keine Eigenschaften zugeschrieben, die Berichte bleiben relativ neutral. In keiner der Zeitschriften wird das Thema Homosexualität angesprochen. Es werden ausschließlich heterosexuelle Partnerschaften gezeigt. Darum be-



zieht sich die nächste Kategorie ausschließlich auf Beziehungen zwischen Mädchen und Jungen.

- **Beziehungen zum jeweils anderen Geschlecht**

In den Zeitschriften wird in der Regel davon ausgegangen, dass sich die LeserInnen nicht in einer festen Partnerschaft befinden. So werden Flirttipps gegeben, um dem anderen Geschlecht näher zu kommen.

Auch Liebesbeziehungen werden in der BRAVO überwiegend über Stars dargestellt. So wird von einem Urlaub in der Karibik des „perfekten Paares“ Zac und Vanessa berichtet, die einen Ausflug mit dem Schlauchboot unternehmen. Dabei wird vordergründig über das Outfit der beiden berichtet: „Trendy Vanessa zeigt sich mit coolem Hut und rot-weiß gepunktetem Bikini“, „Echter Hingucker! Zac mit stylischer Boardshort und Sonnenbrille“ (16/17). Als Vanessa beim Aussteigen aus dem Paddelboot hinfällt, ist ihr Retter sogleich an Ort und Stelle: „Gentleman Zac geht ihr gleich helfend zur Hand“ (17). Dieser Bericht impliziert der Leserin und dem Leser zum einen, dass das Aussehen immer eine wichtige Rolle spielt, und zwar nicht nur bei der Frau, sondern auch beim Mann. Zum anderen wird der männliche Partner als der beschützende, helfende Part der Beziehung dargestellt.

Ratschläge werden in der untersuchten Ausgabe im „Dr. Sommer Special: So wirst du fit für den Ferienflirt“ (50) gegeben. Es werden Tipps gegeben, wie man mit dem jeweils anderen Geschlecht in Kontakt kommen kann. Dabei werden keine geschlechtsspezifischen Unterschiede gemacht, Mädchen wie Jungen werden gleichermaßen angesprochen und aufgefordert, mutig auf das andere Geschlecht zuzugehen.

In der Foto-Lovestory lernen sich Julia und Sam kennen, wobei Sam sehr mit seinem Rennsport beschäftigt ist. Julia will ihn überraschen, indem sie Sam beim Rennen als „Boxenluder“ (55) besucht. Doch Sam ist nicht begeistert: „Du störst hier nur“ (55). Dies macht Julia wütend und sie manipuliert sein Rennauto, so dass sich während dem Rennen der Reifen löst. Alle Techniker helfen schnell, das Auto wieder zu reparieren, während Julia sich entschuldigt. Sam verkündet: „Ich verzeihe dir! Du hast alles nur aus Liebe getan - aber tu so was nie wieder! Okay?“ (57). Darauf antwortet Julia: „Ich war so dumm! Danke, dass ich noch eine Chance bekomme!“ (57). Als Sam dann auf dem zweiten Platz landet, ist er überglücklich: „Für meine Süße bin ich ja sowieso die Nummer eins...“(57). Der Junge hat hier eindeutig die Oberhand in der Beziehung. Er entscheidet: „Du störst“ und er nimmt am Ende ihre Entschuldigung großzügig an. Die weibliche Darstellerin dagegen scheint kopflos zu handeln, indem sie sich spontan auf den Weg zum Rennen macht und davon ausgeht, dass er sich freut. Durch die Verkleidung sowie der Bezeichnung „Boxenluder“ erfolgt eine sexualisierte Darstellung des weiblichen Geschlechts. Sie scheint sich nicht bewusst darüber zu sein, was es für Folgen haben kann, wenn sie am

Reifen herumschraubt. Sie ist überrascht: „Oh Gott! Was hab ich nur getan?“ Dabei zeigt sich auch ihr technisches Unverständnis, da sie den Reifen nicht so manipuliert, wie von ihr geplant. Sie wollte, dass der Reifen sofort abfällt, dieser löste sich aber erst während dem Rennen. Das gesamte Techniker-Team besteht aus Männern, alles scheint glatt zu laufen, bis eine junge Frau auftaucht und alles durcheinander gerät.

In einem weiteren Bericht werden die Stars Marc Terenzi und Sarah Connor als Konkurrenten dargestellt: „Privat sind sie ein Ehepaar, aber in den Charts sind sie Konkurrenten“ (64). Die Beiden werden in ihren jeweiligen Fähigkeiten miteinander verglichen. So auch der Charakter: Marc bekommt einen Pluspunkt wegen seiner „liebenswerte(n) Tollpat-schigkeit“ (64), Sarah ist jedoch zu selbstbewusst und bekommt einen Minuspunkt, denn sie ist „eine Frau, die immer gern das Ruder selbst in der Hand hat und ihrem Mann gerne vorschreibt, wo es langgeht. Das können Typen bekanntlich nicht leiden (...) Tja, starke und selbstbewusste Frauen müssen wohl damit leben, dass sie öfter mal zickig rüberkommen“ (65).

Auch in BRAVO GIRL gibt es eine Foto-Lovestory, bei der die Mädchen als unwissend und naiv dargestellt werden, indem sie sich betrinken und nicht merken, dass Hannah, eines der Mädchen, schon ins Koma gefallen ist. Dennis, der anfangs dabei war, wurde das schnell zu „krass“ und ging. Später rettet er Hannah und die beiden küssen sich. Dabei denkt Dennis: „Ab jetzt passe ich noch besser auf sie auf!“ (49). Hier wird der Junge als vernünftig dargestellt, der die Situation in letzter Minute rettet.

Die Erkenntnisse von Mühlen Achs (vgl. 5.1) hinsichtlich der stereotypen Geschlechterdarstellungen in Foto-Lovestories stimmen mit diesen Darstellungen überein.

Unter der Überschrift „Ist er der Richtige?“ (53) werden Tipps gegeben, was bei einer Beziehung wichtig ist. Dabei werden Vertrauen und Ehrlichkeit groß geschrieben. Die Mädchen werden als diejenigen dargestellt, die sich ihren Freund aussuchen, nicht anders herum.

In einem Interview berichtet Marc Terenzi über seine Beziehung zu Sarah Conner. Dabei wird er auch dazu befragt, wie er reagiert, wenn seine Kinder ihre erste Beziehung eingehen werden. Der Musiker sieht dies völlig geschlechtsabhängig: Zu seinem Sohn würde er sagen: „Mach einfach, keine Angst, das wird schon. Wenn es um Mädchen geht, muss ein Typ selber klarkommen.“ Bei seiner Tochter reagiert er völlig anders: „Wenn sie anfängt zu daten, werde ich wahrscheinlich verrückt! Schließlich weiß ich, wie Kerle ticken!“ (56)

In MÄDCHEN erzählen in dem Bericht „Er liebt mich einfach nicht“ (19) fünf Mädchen, wie es war, als ihre Liebe nicht erwidert wurde. Hier werden die Mädchen als romantisch und emotional dargestellt, die Jungen dagegen reagieren eiskalt scheinbar ohne Gefühle. Von MÄDCHEN werden als Tipps lediglich DVD's gegen Liebenkummer empfohlen.

YAM! gibt ebenfalls keine Beziehungs-Tipps, es wird nur über Star-Beziehungen berichtet (4).

- **Internet-Auftritte der Zeitschriften**

Das Internet ist, wie schon erwähnt, ein häufig genutztes Medium von Jugendlichen. Darum müssen auch Jugendzeitschriften im Internet Präsenz zeigen, um die Jugendlichen zu erreichen. Die Internetauftritte unterscheiden sich in ihrer Aufmachung kaum von der jeweiligen Zeitschrift, weshalb ich diesen Aspekt hier nur kurz beleuchte.

BRAVO hat einen eigenen Internet - Auftritt, bei dem alle BRAVO - Themen, also vorwiegend Informationen über Stars und Sexualität, nachgelesen werden können. Zudem gibt es einen Chat und ein Forum. Mädchen und Jungen sind wie in der Zeitschrift gleichermaßen angesprochen. Die Ansprache ist jedoch männlich, z.B.: „Bist du ein Pink-Experte?“ (<http://www.bravo.de/online/render.php?render=000050>, 2.10.2008)

BRAVO GIRL hat keinen eigenen Internet-Auftritt.

Die Themen des Internet-Auftrittes von MÄDCHEN spiegeln die Themen der Zeitschrift wieder. Unter „Frag Gabi“ können Fragen rund um Körper, Liebe und Sexualität direkt an Gabi gestellt werden, die wie in der Zeitschrift ausführlich und offen beantwortet werden. Zudem gibt es einen Chatroom und ein Forum. Die Rubrik „Mädchen.tv“ enthält Videos, die kurze Star-Reportagen oder eine Schminkschule zeigen. (vgl. <http://www.maedchen.de/>, 2.11.2008)

Der Internet-Auftritt von YAM! unterscheidet sich von BRAVO und MÄDCHEN. Auf der Startseite dominiert immer eine monatlich wechselnde Umfrage, bei der die Nutzerinnen und Nutzer ihre Antwort einstellen können, die für alle zu lesen sind. Beim Weiterklicken sind weitere Umfragen zu anderen Themen zu finden. Informationen zu Stars oder Schönheit gibt es nicht, es wird aber auf andere Internetseiten des Verlages verwiesen, so z.B. an [maedchen.de](http://www.maedchen.de), wenn es um „Beauty und Styling“ geht. (vgl. <http://www.yam.de/>, 2.11.2008)

Die Internetauftritte unterscheiden sich also nicht von den Themen und der Aufmachung der Zeitschriften. Der einzige Unterschied ist, dass man gezielt Informationen findet, die man im Moment möchte und dass man sich aktiv in den Foren oder Chatrooms beteiligen kann.

## 5.4 Zusammenfassende Erkenntnisse

Mädchen und Jungen werden in den untersuchten Jugendzeitschriften unterschiedlich dargestellt. Traditionelle Geschlechterdarstellungen werden gezeigt, indem junge Männer

mit unterschiedlichen Hobbies und Berufen auftauchen, Frauen dagegen fast ausschließlich an Mode und Kosmetik interessiert sind. Bei genauerem Hinsehen fällt auf, dass die Zeitschriften in ihren Texten und Ratschlägen um ein selbstbewusstes Auftreten von Mädchen und um das Zulassen von Gefühlen bei Jungen bemüht sind. Die Fotos und die tatsächlichen gezeigten Handlungen dagegen sind sehr klischeehaft.

Die Zeitschrift BRAVO richtet sich in allen Artikeln an Mädchen und Jungen zugleich. An beide Geschlechter werden somit dieselben Ratschläge erteilt. Die Geschlechterunterschiede werden bei den Starberichten und in der Foto-Love-Story gemacht, wo jeweils traditionelle Geschlechterrollen vorherrschen.

Auch YAM! richtet sich an beide Geschlechter, jedoch sind einige Artikel speziell auf das weibliche Geschlecht zugeschnitten. Die Geschlechterdarstellungen sind ebenfalls meist sehr klischeehaft, teilweise wird das weibliche Geschlecht ganz offen diskriminiert (Comedy) oder auch einfach seitenlang nicht beachtet (Special).

Dominierend in den beiden Zeitschriften für Mädchen (BRAVO GIRL und MÄDCHEN) sind die Meinungen des männlichen Geschlechts. Ob in der Mode, bei Kosmetik oder konkreten Verhaltensweisen sind stets junge Männer Ratgeber für die Leserinnen. Mit ihren Inhalten konstruieren diese beiden Zeitschriften ein sehr einseitiges weibliches Geschlecht, das schön aussehen will, ein wenig naiv und romantisch ist.

In allen untersuchten Zeitschriften herrschen deutlich die Themen körperliche Schönheit, Sexualität, Liebe und Partnerschaft vor. Die Themen rund um körperliche Schönheit enthalten immer Produkthinweise über Kosmetikartikel oder Kleidung. Doris Katheder (2004) formuliert in ihrer Untersuchung über Werbung in Mädchenzeitschriften treffend die Zielgruppe, welche die MacherInnen der Zeitschriften offensichtlich vor Augen haben:

Die Leitbilder von der jungen Leserin, die in den Redaktionen dominieren, sind das einer Konsumentin, die für körperliche Attraktivität als Konsumartikel steht, und das einer Individualistin, die Attraktivität als Mittel sozialer Abgrenzung repräsentiert. Traditionelle Wertvorstellungen wie Toleranz, Konfliktfähigkeit und solidarisches Engagement spielen zwangsläufig eine untergeordnete Rolle.

([www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf](http://www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf), 30.09.2008)

Die körperliche Schönheit, die nur durch ganz bestimmte Kosmetik- und Modeprodukte erreicht werden kann, ist also entscheidend für die weiteren wichtigen Lebensbereiche, die (siehe oben) vor allem Sexualität, Liebe und Partnerschaft sind. Dies wird von den Zeitschriften ohne jegliche Infragestellung vermittelt. Model wird als Traumberuf dargestellt. Den Körper zu präsentieren, wird also als erstrebenswert gesehen. Für den Beruf des Models ist keine schulische Bildung oder Ausbildung erforderlich. Andere Berufe, bei denen das Aussehen keine Rolle spielt, scheinen aus Sicht dieser Zeitschriften nicht er-

strebenswert zu sein. Denn für die meisten anderen Berufe sind Kompetenzen notwendig, die in den Zeitschriften nicht angesprochen werden, wie z.B. Konfliktfähigkeit, Teamfähigkeit oder politische Bildung. Katheder (2004) sieht in dem Ausklammern wichtiger gesellschaftlicher Themen wie Politik oder Bildungswesen und gleichzeitiger „Sexualisierung des Weltverständnisses“ ein Festigen der patriarchalischen Machtstrukturen und der Geschlechterverhältnisse ([www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf](http://www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf), 30.09.2008). Denn das Ausblenden wichtiger Lebensbereiche bedeutet ein Ausschluss der jungen Frauen von diesen Themen, wodurch die Rollenklischees gefestigt werden und eine echte Gleichberechtigung dadurch nicht zustande kommen kann.

Die Zweigeschlechtlichkeit wird in Jugendzeitschriften genauso wie in unserer Gesellschaft als Tatsache hingenommen. Frauen und Männer, Mädchen und Jungen werden in den untersuchten Zeitschriften als grundsätzlich unterschiedlich dargestellt. Dabei werden traditionelle Geschlechterrollen unkritisch dargestellt, indem es eben so ist, dass Männer sich eher dem Extremsport hingeben und die Frauen dem Shopping. Mädchen werden in Form von perfekten Körpern und strahlendem Lächeln dargestellt, während die Jungen vor allem einen coolen Gesichtsausdruck zeigen. Mädchen werden in den Zeitschriften in erster Linie im Zusammenhang mit Mode gezeigt. Dies zeigt den LeserInnen, dass es normal und natürlich ist, wenn sich Mädchen für Kleidung und Kosmetik interessieren. Weiter impliziert dies, dass sich Mädchen und Frauen in erster Linie über ihren Körper definieren. In BRAVO GIRL und MÄDCHEN ist die Veränderung der äußeren Erscheinungsform eines der wichtigsten Themen. Für Jungen sind dagegen in erster Linie extreme Hobbies oder sonstige aktive und sportliche Tätigkeiten interessant. Jungen und Männer werden in den Starberichten wie auch in den Foto-Lovestories als stark und unabhängig dargestellt, aber auch als hormongesteuert, so dass unangemessenes Verhalten hingenommen werden muss. Es wird auch die Kleidung der männlichen Stars kommentiert, jedoch nur in Einzelfällen. Jungen haben eher die Aufgabe, das Aussehen der Mädchen zu bewerten. Ihnen obliegt somit, den Ton anzugeben und zu bestimmen.

In allen untersuchten Zeitschriften werden Frauen und Männer als grundverschieden dargestellt. Diese Unterschiedlichkeit wird nicht hinterfragt. Beide Geschlechter müssen sich an bestimmte Regeln halten, um ein richtiger Junge bzw. ein echtes Mädchen zu sein. Besonders deutlich macht dies das „Experiment: Wenn ich ein Junge wär...“ (BRAVO GIRL, 68/69). Ein wichtiges Ergebnis meiner Untersuchung ist, dass sich Mädchen in erster Linie über ihren Körper definieren, während bei Jungen das Verhalten im Vordergrund steht. Abschließend ist hier anzumerken, dass die Geschlechterdarstellungen in den Jugendzeitschriften oft einen Widerspruch zur erlebten Realität der Jugendlichen darstellen. Denn wie schon erwähnt (vgl. 3.3), sind die Jugendlichen in der Schule und Ausbildung

von teilweise anderen Erwartungen konfrontiert, als dies in den Zeitschriften vorgegeben wird. Von Mädchen wird zunehmend erwartet, sich selbständig und selbstbewusst zu geben und später ganz selbstverständlich Beruf und Familie zu vereinbaren. Von Jungen wird immer häufiger verlangt, auch so genannte Schlüsselkompetenzen wie Einfühlungsvermögen und dergleichen aufzuweisen.

## 6 Geschlechterbewusste Soziale Arbeit mit Jugendlichen

In den vorausgegangenen Kapiteln wurde zum einen festgestellt, dass sich Medien auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen auswirken, da Medien ein fester Bestandteil der jugendlichen Sozialisation sind. In Kapitel 5 kam ich des Weiteren zu dem Ergebnis, dass in den untersuchten Jugendzeitschriften Geschlechter überwiegend rollenstereotyp und teilweise auch widersprüchlich zur erlebten Realität dargestellt werden. In diesem Kapitel beschäftige ich mich mit den medienpädagogischen Konsequenzen, die notwendig sind, damit die Soziale Arbeit diese Geschlechterdarstellung der Medien in der Arbeit mit Jugendlichen auffangen kann, um die Geschlechtsidentitätsentwicklung der Jugendlichen zu unterstützen.

Katheder (2004) fordert von den Fachkräften einen ganzheitlichen Blick, in dem nicht alleine die Medien kritisiert werden, sondern eine kritische Auseinandersetzung mit den gesellschaftlich gemachten Geschlechterrollen und Geschlechterbildern, die nach wie vor vorherrschen, stattfindet. Dies bedeutet auch eine Kritik an dem Mythos der körperlichen Schönheit, der sehr oft als Maß aller (weiblichen) Anerkennung gesehen wird (vgl. [www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf](http://www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf), 30.09.2008).

Dieser Aufforderung gehe ich nach, indem ich in diesem Kapitel auf die Genderkompetenz und auf die Medienkompetenz eingehe, die als Ausgangspunkt für geschlechterbewusste Medienpädagogik notwendig und hilfreich sind. Diese beiden Kompetenzen gilt es dann, den Jugendlichen zu vermitteln. Im Folgenden gehe ich auf beide Kompetenzen ein, wobei ich mich jeweils auf die Kompetenzen der Fachkräfte und der Jugendlichen beziehe. In 6.3 werden abschließend wichtige Aspekte einer geschlechtsbewussten Medienpädagogik mit Jugendlichen aufgezeigt.

### 6.1 Genderkompetenz

Die für eine geschlechterbewusste Pädagogik notwendige Genderkompetenz einer SozialarbeiterIn wird von Margitta Kunert-Zier (2005) in drei Ebenen unterteilt:

- Genderbezogenes Wissen
- Genderbezogene Selbstkompetenz
- Genderbezogene Handlungskompetenz

(vgl. Kunert-Zier 2005:289)

Kunert-Zier plädiert für eine gleichrangige Berücksichtigung und Vermittlung dieser drei Elemente im Hochschulstudium der Sozialen Arbeit sowie in Fort- und Weiterbildungen.

Die Ebene des *Genderwissens* bezieht sich auf die wissenschaftliche Fachkompetenz, welche neben dem Wissen der Theorien, aktuellen Debatten und politischen Entwicklungen auch das Wissen über die Sozialisation von Jugendlichen und geschlechtsspezifischen Lebenslagen beinhaltet. SozialarbeiterInnen sollten demnach über politische Prozesse und gesellschaftliche Strukturen, welche die Geschlechterverhältnisse beeinflussen, Bescheid wissen. Aktuelle Forschungen zu Geschlechterverhältnissen sowie Geschlechtertheorien und Sozialisationstheorien sollten bekannt sein. Zudem sind die Auseinandersetzung mit der historischen Entwicklung der Frauenbewegung sowie die geschichtliche Entwicklung der Sozialen Arbeit und deren Handhabung der Geschlechterfrage hilfreich. Kenntnisse über Kommunikationsprozesse zwischen den Geschlechtern und über biographische Prozesse mit den jeweiligen geschlechtsspezifischen Anforderungen sind ebenso erforderlich wie rechtliche Grundlagen zur Geschlechtergerechtigkeit und Gender Mainstreaming. Kunert-Zier nennt im Zusammenhang der Ebene *Genderbezogenes Wissen* noch die Notwendigkeit, Kenntnisse in Bezug auf Medien und deren Bedeutung für die Geschlechter zu besitzen. Medienkompetenz ist folglich ein Bestandteil der Genderkompetenz.

Zur Ebene der *genderbezogenen Selbstkompetenz* gehört die Kompetenz der Selbstreflexivität, mithilfe derer die eigenen Erfahrungen, Einstellungen und Erwartungen in Bezug auf Geschlechter reflektiert werden. Die eigenen Geschlechterkonstruktionen können durch biographisches Arbeiten im Studium oder in Fortbildungen sichtbar gemacht werden. Unsicherheiten und Ambivalenzen bezüglich der Geschlechter sollten ausgesprochen und diskutiert werden. Dadurch gewinnen die Fachkräfte an Selbstgewissheit im Umgang mit Geschlecht. Zudem ist es erforderlich, aufmerksam und sensibel mit den Jugendlichen, KollegInnen und strukturellen Bedingungen umzugehen und Szenen des *doing gender* im Alltag genau zu beobachten und zu analysieren. Fachkräfte sollten *Doing Gender* (vgl. Kapitel 2) aufdecken und gleichzeitig ein „*Undoing Gender*“ betreiben, also Handlungsalternativen aufzeigen und ermöglichen. Zur Selbstkompetenz zählt auch die Konflikt- und Dialogfähigkeit, also die Fähigkeit, eine Kommunikation zwischen den Geschlechtern anzuregen und zu führen.

Die *genderbezogene Handlungskompetenz* beinhaltet, möglichst schon im Studium die eigene Wahrnehmung im Hinblick auf Interaktionsmuster der Geschlechter auszubilden und die eigene Wirkung auf die Jugendlichen zu reflektieren. Zudem sollen Methoden ausprobiert und auf ihre Praxistauglichkeit hin überprüft werden. Um in der Jugendhilfe geschlechterbewusst zu arbeiten, braucht es laut Kunert-Zier einen Perspektivwechsel hinsichtlich des Blicks auf die Jugendlichen. Diese sollten nicht als geschlechtsneutral betrachtet werden, sondern als Individuen, als Angehörige von Geschlechtergruppen und als Mädchen und Jungen, die sich aufeinander beziehen. Denn dies ist nun einmal die



Realität, an der angeknüpft werden muss. Innerhalb des Teams hält es Kunert-Zier für wichtig, die Haltungen, Ziele und Umsetzungen zu diskutieren, zu reflektieren und zu überprüfen. Auch in diesem Kontext müssen Doing Gender - Prozesse aufgespürt und bearbeitet werden. In der geschlechtsbewussten Arbeit sind drei Arbeitsweisen sinnvoll, die möglichst nebeneinander bestehen und sich ergänzen: Die geschlechtshomogene Mädchenarbeit, die geschlechtshomogene Jungenarbeit und eine geschlechtsbewusste Koedukation. Um für die jeweilige Situation die geeignete Arbeitsform zu finden, ist eine genaue Analyse der Zielgruppe, des Geschlechterverhältnisses und der Bedürfnisse und Kompetenzen der Mädchen und Jungen notwendig. Nicht zu unterschätzen ist in diesem Zusammenhang die Zusammenarbeit mit Eltern, Institutionen und der Öffentlichkeit. (vgl. Kunert-Zier 2005: 281-301)

Erst wenn die sozialpädagogischen Fachkräfte über Genderkompetenz verfügen, können sie die Jugendlichen im Prozess des Doing Gender begleiten und ihnen dadurch Genderkompetenz vermitteln. Kunert-Zier nennt als Hauptaufgabe von geschlechtsbewusster Pädagogik, die Jugendlichen „im selbstbestimmten Prozess des Doing Gender zu begleiten“ (2005:298). Jugendliche sollen befähigt werden, selbst zu entscheiden, wie das eigene Geschlecht definiert wird. Geschlechtsbewusste Erziehung hat also das Ziel, dass die Jugendlichen selbst genderkompetent werden. Hierfür sollten die SozialarbeiterInnen bei den Jugendlichen ein Bewusstsein schaffen, dass Geschlechter sozial konstruiert sind und dass in alltäglichen Situationen Doing Gender - Prozesse zu beobachten sind. Dazu gehört auch das Wissen um strukturell bedingte Benachteiligungen aufgrund des Geschlechts. Jugendliche sollten erkennen, dass Veränderungen von Geschlechterzuordnungen möglich sind und dass dies neue Möglichkeiten für beide Geschlechter eröffnet. Zur Genderkompetenz gehört auch die Anerkennung von Verschiedenheit sowie der Gleichberechtigung aller Individuen. Auch bei den Jugendlichen ist eine selbstkritische Haltung wichtig, um sich der eigenen Rolle in Doing Gender - Prozessen bewusst zu sein und sie zu überwinden. (vgl. Kunert-Zier 2005:298)

Dieser Doing Gender - Prozess bezieht sich auf alle Lebensbereiche, weshalb in Bezug auf Jugendliche der Bereich der Medien nicht vergessen werden darf. Ganz besonders in Bezug auf Geschlechterkonstruktionen in Jugendmedien wird deutlich, wie eng Genderkompetenz und Medienkompetenz zusammenhängen. Aus diesem Grund wird im Folgenden die Medienkompetenz definiert.

## 6.2 Medienkompetenz

Der Begriff der Medienkompetenz wird häufig verwendet, jedoch selten definiert. Dieter Baacke (1998) beschäftigte sich als einer der ersten mit der Definition von Medienkompetenz. Seinen Ausführungen zufolge ist Medienkompetenz eine wichtige Basisqualifikation für alle weiteren Lernprozesse und gehört zur Aufgabe des lebenslangen Lernens, da sich Medien ständig weiterentwickeln. Baacke schlägt vor, vier Dimensionen von Medienkompetenz zu unterscheiden, und zwar „Medienkritik“, „Medienkunde“, „Mediennutzung“ und „Mediengestaltung“ (vgl. [http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm?\\_\\_xsl=/templates/print.xsl](http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm?__xsl=/templates/print.xsl), 22.10.2008).

*Medienkritik* meint die Fähigkeit, problematische gesellschaftliche Prozesse zu analysieren und diese reflexiv auf sich selbst und das eigene Handeln anzuwenden. Um analysieren zu können, braucht man ein gewisses Hintergrundwissen, das es ermöglicht, Medieninhalte nicht kritiklos hinzunehmen. Um Geschlechterstereotype in Medien aufzudecken und kritisch zu hinterfragen, ist ein Wissen um die soziale Konstruktion der Geschlechter notwendig. Medienkritik bezieht sich zum einen auf die Medienangebote, zum anderen auf die Mediennutzung. Niesyto betont, es nicht bei der bloßen Kritik an den Medien selbst zu belassen, sondern es sind auch „medienspezifische Besonderheiten (Angebotsseite) sowie alters-, bildungs-, geschlechtsbezogene und soziokulturelle Unterschiede zu berücksichtigen“ (vgl. [http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm?\\_\\_xsl=/templates/print.xsl](http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm?__xsl=/templates/print.xsl), 22.10.2008). Hierzu sind Kenntnisse der jugendlichen (Medien-)Sozialisation auch im Hinblick auf die geschlechterspezifischen Besonderheiten (vgl. Kapitel 3 u. 4) notwendig.

Mit *Medienkunde* ist das Wissen über Medien und Mediensysteme gemeint. Dieses Wissen ist wichtig, um die Medien für sich nutzen zu können. Dazu gehören einerseits klassische Wissensbestände über die Herstellung und den Erwerb der Medien und andererseits die Fähigkeit, sich in neue Medien einzuarbeiten.

*Mediennutzung* umschreibt das konkrete Handeln, das Anwenden und Nutzen der Medien.

*Mediengestaltung* bezieht sich vorwiegend auf die neuen Medien, die verschiedene Möglichkeiten bieten, eigene Inhalte mit einzubringen. (vgl. [http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm?\\_\\_xsl=/templates/print.xsl](http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKKompetenz1.htm?__xsl=/templates/print.xsl), 22.10.2008)

In diesem Modell der Medienkompetenz geht es also um die Fähigkeit, die Medien kritisch zu beobachten und daraus Erkenntnisse für das eigene Handeln zu ziehen. Durch das Wissen über das Mediensystem sowie das Wissen über das Bedienen der Mediengeräte kann Baacke zufolge eine interaktive Mediennutzung gelingen.

Mikos (2000) hält zudem den Aspekt der ästhetischen Erfahrung für sehr wichtig: „In der visuellen Kultur der so genannten Mediengesellschaft werden das Verstehen und das Interpretieren von Bildern zu einer zentralen Tätigkeit der menschlichen Informationsverarbeitung und -bearbeitung, neben dem Verstehen von Schrift und Sprache.“ (<http://www.medienpaed.com/00-1/mikos1.pdf> S.12, 8.11.2008) Gerade in Bezug auf die Geschlechterdarstellungen in Jugendzeitschriften darf diese Perspektive nicht unberücksichtigt bleiben. Bilder senden eine konkrete Botschaft und sind darum unmittelbarer und emotionaler als Sprache. In der Schule lernen Kinder schon früh die schriftliche Sprache zu lesen, doch visuelle Kompetenzen müssen von den Kindern und Jugendlichen selbst angeeignet werden. Visuelle Kompetenz und Lesekompetenz müssen kombiniert angewandt werden, da in Zeitschriften stets eine Kombination aus Bild und Text vorzufinden ist. In unserer gegenwärtigen Mediengesellschaft spielen bildhafte Darstellungen eine immer größere Rolle. Der Medienpädagogik kommt die Aufgabe zu, mediale Konstruktionen als solche erkennbar zu machen. Die Jugendlichen sollen durch Medienpädagogik erkennen, dass die Geschlechterdarstellungen in den Medien oft bewusst ausgewählt und von bestimmten Interessen bestimmt sind, wie z.B. das Erzielen eines hohen Gewinns durch Werbeanzeigen.

Angela Tillmann weist darauf hin, dass Erwachsene auf den Lernprozess der Jugendlichen durch die Medien oft nur begrenzt Einfluss haben, was das Interesse der Jugendlichen an den Medien noch erhöht. Durch ihre Studie fand sie heraus, dass sozialpädagogische Fachkräfte die Jugendlichen unterstützen können, indem sie ihnen zum einen Selbstsozialisation ermöglichen, auf der anderen Seite aber auch die Politik und die Eltern für die medienpädagogische Arbeit zu gewinnen. (vgl. Tillmann 2008:208)

Im Zusammenhang mit Medienpädagogik ist es wichtig, nicht nur die Themen, Ausdrucksformen und Mediennutzungsstile von Kindern und Jugendlichen anzuerkennen, sondern auch eine „selbstreflexive und kritische Auseinandersetzung mit den Medien zu intensivieren und Medienkritik noch stärker mit den Aufgaben der Persönlichkeitsbildung, der sozialen Milieubildung und einer qualitätsbezogenen Auseinandersetzung mit Medienangeboten zu verbinden“ (Niesyto in Stauber <http://www.medienpaed.com/14/stauber0711.pdf> S.6, 29.9.2008). Dazu gehört auch, die Intention des Nutzungsverhaltens und der Interessen der Jugendlichen stets zu hinterfragen. Es sollte überprüft werden, welche tatsächlichen Wünsche und Interesse dahinter stecken, auch im Hinblick auf geschlechterspezifisches Nutzungsverhalten von Jugendlichen.

Durch Medienpädagogik werden im Idealfall neben der Medienkompetenz weitere Kompetenzen erlernt. Im Untersuchungsbericht „Jugend und verantwortungsvolle Mediennutzung“ des Forschungsinstituts tifs e.V. werden folgende persönlichkeitsbezogene Kompetenzen genannt, die Jugendliche in medienpädagogischen Projekten erwerben:

- „Prozesse von Identitätsarbeit,
- der interkulturelle Kompetenzerwerb,
- der Erwerb von Gender-Kompetenz,
- Auswirkungen auf die berufliche Orientierung der TeilnehmerInnen und
- der Erwerb von Sozialkompetenzen.“ (Huber u. a. 2007:56)

Diese Kompetenzen werden jedoch nicht automatisch bei jedem Medienprojekt nebenbei erworben. So ist es von erheblicher Bedeutung, wie die Jugendlichen von der sozialpädagogischen Fachkraft unterstützt werden. Erst wenn den Jugendlichen die Möglichkeit gegeben wird, sich selbst auszuprobieren und sich selbst in unterschiedlichen sozialen Räumen darstellen zu können, machen sie wichtige Identitätserfahrungen. Es kommt sehr darauf an, ob die ProjektbegleiterIn über interkulturelle Kompetenz sowie Genderkompetenz verfügt. Nur dann können diese Fähigkeiten auch weitergegeben werden. Gerade im Hinblick auf die berufliche Orientierung sind die Rolle der Fachkraft sowie deren Umgang mit den Medien von entscheidender Bedeutung. In einer homogenen Arbeitsgruppe können die Jugendlichen teilweise völlig neue Sozialkompetenzen erlernen, da ihnen diese Form ermöglicht, in neue Rollen zu schlüpfen, die in einer heterogenen Gruppe möglicherweise von dem jeweiligen anderen Geschlecht besetzt sind.

### 6.3 Geschlechtsbewusste Medienpädagogik

Durch die vorangegangenen Ausführungen komme ich zu dem Ergebnis, dass sich Medienkompetenz und Genderkompetenz gegenseitig bedingen. Die eine Kompetenz kommt nicht ohne die andere aus, wenn es darum geht, geschlechtsbewusste Medienpädagogik einzusetzen. Wichtig ist es, Medien als Teil der Lebenswelt der Jugendlichen wahrzunehmen und anzuerkennen. Das bedeutet, diesen Lebensbereich in der Arbeit mit Jugendlichen nicht einfach auszuklammern, da man so der Realität nicht gerecht wird. Und nur damit ist es überhaupt möglich, Änderungen zu bewirken. Das Ziel dieser sozialpädagogischen Arbeit ist demnach, die Jugendlichen zu befähigen, Darstellungen der Medien zu hinterfragen und den Jugendlichen alternative Geschlechtsidentitätsmöglichkeiten ermöglichen. Um zu diesem Ziel zu gelangen, benötigen Fachkräfte die genannten Kompetenzen, um diese dann den Jugendlichen zu vermitteln.

Medienarbeit ist ein unverzichtbares Element in der geschlechtsbewussten Pädagogik. Um geschlechtsbewusste Medienpädagogik durchzuführen, ist eine Einigung über den Begriff der Geschlechterpädagogik notwendig. Auch hierzu gibt es unterschiedliche Definitionen und Ansichten, weshalb ich den derzeitigen Stand des Diskurses kurz darstelle.

Im Folgenden verwende ich den Begriff der *geschlechterbewussten* Sozialen Arbeit. Weitere verwendete Begriffe in diesem Zusammenhang sind „geschlechtergerecht“, „geschlechtersensibel“ und „geschlechterreflektiert“ (vgl. Bitzan 2007:47) *Geschlechterbewusst* betont die professionelle Haltung der SozialarbeiterIn, die sich der Geschlechterkonstruktion und der Geschlechterverhältnisse bewusst ist und aufgrund diesem Wissen bestimmte Ziele, z.B. das Ziel der Chancengleichheit, verfolgt.

Geschlechterbewusste Soziale Arbeit in Bezug auf Jugendliche wurde in den letzten Jahren enorm vorangetrieben. Vor allem im Bereich der Mädchenarbeit, aber auch in der Arbeit mit Jungen. Dennoch herrscht von Seiten der Fachkräfte häufig noch eine zögerliche Haltung bezüglich geschlechterpädagogischer Arbeit. Vielleicht, weil zum einen viel darüber diskutiert wird, aber auf der anderen Seite wenig Klarheit darüber besteht, was damit erreicht werden soll und wodurch. Dabei liegt durch das Kinder- und Jugendhilfegesetz (KJHG) § 9,3<sup>5</sup> der klare Auftrag an die Jugendhilfe vor, „die unterschiedlichen Lebenslagen von Mädchen und Jungen zu berücksichtigen, Benachteiligungen abzubauen und die Gleichberechtigung von Mädchen und Jungen zu fördern.“ Maria Bitzan und Claudia Daigler (2001) kritisieren die fehlende echte Auseinandersetzung mit der Lebenslage Geschlecht in der Jugendhilfe. Bitzan (2004) bemängelt z.B. im Hinblick auf die Jugendhilfeforschung, dass zwar vermehrt eine geschlechterbewusste Sprache angewandt wird, es jedoch in der inhaltlichen Ausrichtung an Geschlechterbewusstheit fehlt. Bitzan fordert, in der Sozialen Arbeit den Abbau geschlechtsspezifischer Benachteiligungen zu verfolgen, indem in der jeweiligen Fallsituation geschlechterbewusst gehandelt wird, aber auch indem auf strukturell-politischer Ebene Benachteiligungen entgegengewirkt wird. (vgl. Bitzan 2004:464).

Lotte Rose und Marc Schulz (2007) verweisen auf die derzeit oftmals vorherrschenden Begrenzungen in der Geschlechterpädagogik. Zum einen kritisieren sie den ständigen Blick nach Geschlechterunterschieden, um Benachteiligungen festzumachen und somit das pädagogische Handeln zu begründen. Die Gefahr liegt ihren Ausführungen zufolge darin, dass diese Unterschiede dadurch erst recht verfestigt werden (vgl. Rose/Schulz 2007). Diese Befürchtung wird auch im Zusammenhang mit den feministischen Theorien in Kapitel 2 benannt. Daraus geht hervor, dass die Geschlechterdifferenzierung ein erster wichtiger Schritt zur Gleichberechtigung ist - trotz der von Rose und Schulz genannten Risiken. Als weiteren Kritikpunkt nennen sie die Gleichsetzung der Geschlechterpädagogik mit Mädchenförderung. Sie fordern, die Lebenslagen und Bedürfnisse beider Geschlechter zu berücksichtigen. Eine weitere Begrenzung sehen sie in der geschlechtshomogenen Arbeit, die oft als der einzige Weg gesehen wird. (vgl. Rose/Schulz 2007:17-20)

---

<sup>5</sup> Sozialgesetzbuch (SGB) - Achstes Buch (VIII) - Kinder- und Jugendhilfe - (Artikel 1 des Gesetzes v. 26. Juni 1990, BGBl. I S. 1163)

Als Idealfall nennt Bitzan (2007) ein gleichberechtigtes Nebeneinander von homogener Mädchenarbeit, homogener Jungenarbeit und geschlechterbewusster heterogener Arbeit. Nur Mädchenarbeit kann diskriminierend wirken, da sie eine Mädchenförderung impliziert. Zudem sollte eine echte Kooperation zwischen Mädchenarbeit und Jungenarbeit stattfinden. Für die Fachkräfte gilt es zu berücksichtigen, dass die Bedürfnisse von Mädchen (bzw. von Jungen) sehr unterschiedlich sein können. Es sollte daher möglichst nicht von *den* Mädchen oder *den* Jungen gesprochen werden. Gerade eine Mischung von homogenen und heterogenen Angeboten macht es den Jugendlichen möglich, diese Situationen miteinander zu vergleichen und über bestimmte Prozesse und Verhaltensweisen nachzudenken. (vgl. Bitzan 2007:47)

Um eine geschlechterbewusste Medienpädagogik zu ermöglichen, sollten die genannten Faktoren zur Geschlechterarbeit berücksichtigt werden. Dadurch ist es möglich, Genderkompetenz und Medienkompetenz zu vermitteln und zu fördern.

Renate Luca und Stefan Aufenanger (2007) konnten durch ihre Studie zur geschlechtersensiblen Medienkompetenzförderung fünf Bereiche ausmachen, in denen derzeit Verbesserungsbedarf besteht und denen deshalb verstärkt Beachtung geschenkt werden sollte:

- Lesekompetenz

Mädchen und Jungen weisen unterschiedliche Leseleistungen auf. So lesen Mädchen häufiger Bücher, Jungen sind jedoch stärker an multimedialen Bereichen wie Grafikdarstellungen interessiert. Mädchen und Jungen sollten somit beide in ihrer Lesekompetenz gefördert werden.

- Nutzungsvielfalt

Die Untersuchung zeigte, dass die Geschlechterdifferenzen geringer sind als Differenzen im Bereich der Bildung. Dies bedeutet, dass im Hinblick auf das Ziel der Nutzungsvielfalt von Internet und Computer in erster Linie das Bildungsniveau zu kompensieren ist. Zudem gibt es derzeit sehr wenige Projekte für Jungen, die eine Nutzungsvielfalt anstreben. Die Fokussierung auf die Defizite der Mädchen im Computerbereich ist hier durch die geringe Differenz zu Jungen eine einseitige Betrachtungsweise.

- Interessen und jugendkulturelle Praxen

Wenn Jungen z.B. im Bereich Technik sehr dominant sind und den Mädchen wenig Handlungsspielraum lassen, sind monoedukative Angebote zu empfehlen, um den Mädchen den Zugang zu erleichtern.

- Medienvielfalt

Alle Medien, nicht nur die neuen Medien, sollten in der Medienpädagogik berücksichtigt werden. Beide Geschlechter sollten angeregt werden, verschiedene Medien kennen zu lernen und auszuprobieren.

- Einbezug vernachlässigter Medienkompetenzbereiche

Bisher wird die Medienkritik genauso vernachlässigt wie die Verbindung von Medien und Alltag.

(vgl. <http://www.lfm-nrw.de/downloads/anhaenge-pressemit/medienkompetenz-geschl-zus.pdf> S.5-7, 17.10.2008)

Im Hinblick auf geschlechterbewusste Medienkompetenz steht die Soziale Arbeit noch relativ am Anfang. Die Erkenntnisse aus der geschlechterbewussten Arbeit, vor allem aus der Mädchenarbeit, sollten genauso aufgegriffen und genutzt werden wie die Erfahrungen und das Wissen aus medienpädagogischen Projekten. Die vorhandenen Potentiale sollten eingebracht werden, um Genderkompetenz und Medienkompetenz miteinander zu verbinden. Denn die Ausführungen dieser Arbeit haben gezeigt, dass Medien und Geschlechtsidentitätsentwicklung von Jugendlichen eng miteinander verknüpft sind.

## 7 Fazit

Zusammenfassend stelle ich fest, dass die beiden Themenbereiche *Medien* und *Geschlecht* eng miteinander zusammenhängen. Die Auseinandersetzung mit dem Thema hat mich in der anfangs erwähnten These bestärkt, dass Medien für Jugendliche einen wichtigen Einflussfaktor darstellen und dass die Medien dadurch auch Einfluss auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung haben. Damit sind Medien mit eine Ursache für das hierarchische Geschlechterverhältnis unserer Gesellschaft. Die untersuchten Medien konstruieren jedoch eine strikte Zweigeschlechtlichkeit, in der häufig traditionelle Geschlechterrollenstereotype dargestellt werden. Diese haben meist wenig mit der erlebten Realität zu tun, in denen von den Mädchen eher erwartet wird, sich selbständig und selbstbewusst zu zeigen. Zumindest die Untersuchung der Jugendzeitschriften hat gezeigt, dass durchgängig Geschlechterstereotypisierungen vorhanden sind. In diesem Maß habe ich das nicht erwartet und war teilweise sehr überrascht. Dennoch kann durch diese Untersuchung nicht für alle Jugendzeitschriften und erst recht nicht für alle Jugendmedien gesprochen werden. Die Ergebnisse zeigen aber, dass es diese geschlechterstereotypen und teilweise auch geschlechterdiskriminierenden Darstellungen gibt. Sie finden oft subtil statt, genauso wie die Herstellung und Verfestigung von Geschlechterunterschieden im „realen“ Alltag. Für SozialarbeiterInnen ist es folglich wichtig, die theoretischen Hintergründe zur Geschlechterkonstruktion zu kennen, um diese aufzudecken und gegensteuern zu können. Die Soziale Arbeit sollte sich dem Einfluss der Medien bewusst sein und Medienkompetenz sowie Genderkompetenz als selbstverständliche Voraussetzung für die Arbeit mit Jugendlichen ansehen. Dabei sollten nicht nur die SozialarbeiterInnen vor Ort die genannten Kompetenzen haben, auch die Träger und die kommunale Ebene haben hier eine gewisse Verantwortung.

Doch die Soziale Arbeit stößt mit ihren Mitteln an ihre Grenzen. Es braucht rechtlich verbindliche Vorgaben, um bei den Medien- und WerbeproduzentInnen ein sensibles Umgehen mit Geschlechterdarstellungen in Medien erreichen. Ohne rechtliche Vorgaben werden sich diese weiterhin vom Wettbewerb der stereotypen Geschlechterdarstellungen leiten lassen. Vor allem, wenn man bedenkt, dass die Werbung auch Einfluss auf die inhaltliche Gestaltung der Medien hat. So ist es anzunehmen, dass Werbung für Kosmetik und Mode eher in Medien geschaltet werden, bei denen diese Produkte auch inhaltlich eine Rolle spielen.

Der eingangs erwähnte Beschluss des EU-Parlaments ist zunächst nicht bindend, sondern nur eine Empfehlung an die Staaten. Er ist jedoch als Schritt in Richtung tatsächliche Gleichberechtigung der Geschlechter zu werten. Denn in dem Bericht wird erkannt, dass in der Werbung nach wie vor Geschlechterstereotypisierungen weit verbreitet sind.



Des Weiteren wird darauf hingewiesen, dass Stereotype Einfluss auf die Identitätsentwicklung haben und somit einer echten Gleichberechtigung der Geschlechter im Wege stehen. (vgl. <http://www.europarl.europa.eu//sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0199+0+DOC+XML+V0//DE>, 7.10.2008)

Denn erst durch ein erweitertes Spektrum von Geschlechterdarstellungen, die weder einschränkend noch geschlechterdiskriminierend sind, kommen wir einem gleichberechtigtem Aufwachsen von Mädchen und Jungen näher. Stauber (vgl. Kapitel 4.3) fordert von den Medien eine Geschlechtersensibilität, da diese eine große Verantwortung bezüglich der Geschlechtsidentitätsentwicklung bei Kinder und Jugendlichen haben. Der genannte EU-Beschluss sollte weiter verfolgt werden, da er meiner Meinung nach zu einem Umdenken in unserer Gesellschaft und damit auch zu einem Verantwortungsbewusstsein der Medien führen könnte. In dem Bericht fehlt meines Erachtens jedoch der Verweis auf die Medien generell, vor allem auf Kinder- und Jugendmedien, die neben der Werbung eine wichtige Bedeutung auf die Geschlechtsidentitätsentwicklung hat.

Dies bedeutet für die Soziale Arbeit, neben ihrer pädagogischen Begleitung der Jugendlichen, politisch für die tatsächliche Gleichberechtigung von Frauen und Männern einzutreten. So lange in den Medien diese Geschlechterbilder vorherrschen und die Chancengleichheit von Mädchen und Jungen nicht dieselbe ist, muss in der Sozialen Arbeit eine geschlechterbewusste Arbeit stattfinden, und zwar möglichst in homogenen *und* koedukativen Angeboten. Dafür ist es jedoch unerlässlich, sich mit der Gesellschaft und damit auch den aktuellen Medien auseinanderzusetzen und unter Fachkräften, aber auch mit den Jugendlichen in einen Dialog zu treten. Soziale Arbeit kann so einen wichtigen Anteil leisten, um ein echtes gleichberechtigtes Zusammenleben der Geschlechter zu ermöglichen.

## Anhangverzeichnis

Anhang 1: Bezeichnungen für das weibliche Geschlecht	64
Anhang 2: Genannte Eigenschaften/Bewertungen für das weibliche Geschlecht	66
Anhang 3: Bezeichnungen für das männliche Geschlecht	68
Anhang 4: Genannte Eigenschaften/Bewertungen für das männliche Geschlecht	70

## Anhang 1

### Bezeichnungen für das weibliche Geschlecht<sup>6</sup>

	<u>BRAVO</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Girl (10), Mädchen (4),
Beziehung	Freundin (16), beste Freundin (2), große Liebe (1), Angebetete (1),
Verwandtschaftliche Beziehung	Schwester (4), Mama/Mami (4), Tochter (3),
Eigenschaften/Verhalten	Multitalent (1), Diva (1)
Beruf	Sängerin (5), Schauspielerin (2), Model (1), Journalistin (1), DJane (1),
Aussehen	Blondine (1),
Sonstiges	Schatz (3), Super-Girl (1), Süße (1), Groupie (1), Boxenluder (1), Traumgirl (1),

	<u>BRAVO GIRL</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Mädchen (48), Girl (30), Frau (3), Dame/Damen (2),
Beziehung	Freundin (27),
Verwandtschaftliche Beziehung	Tochter (1),
Eigenschaften/Verhalten	Zicken (2), Diva (1), Jungs-Expertin (1), Party-Macherin (1), Streberin (1), Petze (1),
Beruf	Model (11), Star (4), Sängerin (2), Modechefin (1), Schauspielerin (1), Psychologin (1), Schülerin (1),
Aussehen	Trendgirl (3), graue Maus (1), die Hübsche (1),
Sonstiges	Seelenverwandte (1), Nutte (1), Opfer (1),

	<u>MÄDCHEN</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Mädchen/Mädels (22), Frau (4), Girls (1),
Beziehung	Freundin (21), Klassenkameradin (1), Rivalin (1),

<sup>6</sup> Die Zahlen in den Klammern beziehen sich hier und im Folgenden auf die Anzahl der Nennungen in dem jeweils untersuchten Exemplar (vgl. Kapitel 5)

Verwandtschaftliche Beziehung	Mutter/Mama (12), Schwester (9), Oma (3), Tochter (1), Nachbarin (1),
Eigenschaften/Verhalten	Leserinnen (2), Verräterin (1), Party-Queen (1), Trendsetterinnen (1), Retterin (1),
Beruf	Sängerin (3), Schauspielerin (2), Popstar (1), Modeschöpferin (1), Schülerin (1), Performerin (1), Verkäuferin (1),
Aussehen	
Sonstiges	Hotelerbin (1), Powerfrauen (1), ‚Playboy‘-Bunny (1), Süße (1), Cool Babes (1), Traumfrau (1)

	<u>YAM!</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Mädchen/Mädels (15), Frau/Frauen (14), Girl (2), Damen (1), Lady (1), Weibchen (1),
Beziehung	Mitschülerinnen (1),
Verwandtschaftliche Beziehung	Mutter/Mama (9), Oma (2), Schwester (2), Töchterchen (1),
Eigenschaften/Verhalten	Diva (3), Schlampe (2), Kämpferin (1), Hexe (1), Herrscherin (1), Groupie (1), Anmacherin (1), Draufgängerin (1)
Beruf	Sängerin (3), Profi-Turnerin (1), Popsternchen (1), Grafikerin (1), Studentin (1), Kollegin (1), Masseurin (1), Visagistin (1), Pop-Queen (1),
Aussehen	Brillenschlange (1), Moppelchen (1),
Sonstiges	Pop-Omi (1), Zorro-Girl (1), Vamp (1), Unbekannte (1), kleines Früchtchen (1), Baby (1),

## Anhang 2

### Genannte Eigenschaften/Bewertungen für das weibliche Geschlecht

	<u>BRAVO</u>
Eigenschaften	unschuldig (2), erfolgreich (1), unnahbar (1), geheimnisvoll (1), wild (2), hysterisch (1), fies (1), lieb (1), böse (1), ernst (1), stark (1), selbstbewusst (1), eifersüchtig (1), sauer(1), beliebt (1), nett (1), zurückhaltend (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	süß (3), stylisch (1), hübsch (1), sexy (1),

	<u>BRAVO Girl</u>
Eigenschaften	brav (3), aufgeschlossen (3), langweilig(3), cool (2), sympathisch (2), krass (2), mädchenhaft (2), schüchtern (2), unauffällig (1), fröhlich (1), arrogant (1), verschlossen (1), streberhaft (1), weiblich (1), sportlich (1), billig (1), selbstbewusst (1), hinterhältig (1), feindselig (1), verspielt (1), unsympathisch (1), unerreichbar (1), begehrenswert (1), zickig (1), mutig (1), stark (1), lässig (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	hübsch (7), süß (6), sexy (3), attraktiv (2), unsexy (1), trendy (1), schön (1),

	<u>MÄDCHEN</u>
Eigenschaften	fies (1), mutig (1), ehrgeizig (1), zielstrebig (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	sexy (1)

	<u>YAM!</u>
Eigenschaften	selbstbewusst (2), tapfer (1), gaga (1), skurril (1), abgedreht (1), jung (1), zauberhaft (1), nett (1), stark (1), harmlos (1), schüchtern (1), kompliziert (1), klug (1), fit (1), sportlich (1),

---

Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	schön (3), hübsch (3), sexy (2), superschlank (1), drahtig (1), gestählt (1), muskulös (1), dürr (1)
---	--

### Anhang 3

#### Bezeichnungen für das männliche Geschlecht

	<u>BRAVO</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Junge/Jungs (5), Typ (2), Boy (2), junger Mann (1),
Beziehung	Freund (4), bester Freund (1), Schwarm (1), Schatz (1), Boyfriend (1), enger Vertrauter (1), Kumpel (1),
Verwandtschaftliche Beziehung	Papa/Dad/Vater (10), Bruder (1)
Eigenschaften/Verhalten	Sieger (1), Schläger (1), Junkie (1), Intelligenzbolzen (1), Gangsta (1), fieser Irrer (1),
Beruf	Sänger (4), Rennfahrer, Fahrer (4), Star (3), Schauspieler (2), Rocker (2), Manager (1), Champion (1), Techniker (1), Co-Star (1), Rockstar (1),
Aussehen	Schnuckel (2), süßer Junge (1),
Sonstiges	Straßenjunge (1), Single (1), Fan (1),

	<u>BRAVO GIRL</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Junge/Jungs (69), Typ (15), Mann/Männer (7),
Beziehung	Freund (21), Kumpel (5), Kerle (1),
Verwandtschaftliche Beziehung	Vater/Daddy (3), Sohn (1),
Eigenschaften/Verhalten	Angebertyp (1), Skater (1), Gentlemen (1), Macho (1), Romantiker (1)
Beruf	Rocker (2), Verkäufer (2), Notararzt (1), Filmstar (1),
Aussehen	
Sonstiges	der Richtige (4), Fremder/fremder Mann (3), Schwarm (1), Traumjunge (1), Freier (1),

	<u>MÄDCHEN</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Junge/Jungs (28), Mann/Männer(5), Typ (3), Boy (1),
Beziehung	Freund (15), Kumpel (5), Schatz (3), Ex-Freund (1), große Liebe (1), Liebster (1),

Verwandtschaftliche Beziehung	Söhne (1), Bruder (1),
Eigenschaften/Verhalten	Macho (3), Schläger (2), Einbrecher (1),
Beruf	Lehrer (4), Schüler (3), Polizist (1), Notarzt (1),
Aussehen	Süßer (1)
Sonstiges	Schwarm (3), Traumtyp (1),

	<u>YAM!</u>
Bezogen auf das Geschlecht	Mann/Männer (10), Junge/Jungs (9), Typ (2), maskuline Gestalten (1), Kerl (1), Männchen (1),
Beziehung	Freund (5), Rivalen (2), Ex (1), Verehrer (1), Kumpels (2),
Verwandtschaftliche Beziehung	Vater (2), Sohn (2), Bruder (2),
Eigenschaften/Verhalten	Außenseiter (1), Trinker (1), Kritiker (1), Diva (1), Faulenzer (1), Drückeberger (1),
Beruf	Sänger (5), Rockstar (2), King (2), Rocker (2), Priester (2), Mönch (2), Shootingstar (1), Kultstar (1), Schoolboy (1), Mechaniker (1), Feuerwerkstechniker (1), Feuerwehrmann (1), Metzger (1), Quotenzauberer (1), Musiker (1), Chef (1), Autor (1), Held (1), Business-Berater (1), Kollegen (1), Personal Trainer (1), Chiropraktiker (1), Rüpel-Rapper (1), Rapper (1), Butler (1), Praktikant (1), Entertainer (1), Genforscher (1), Fettenking (1), Gitarrist (1), Bandkumpel (1), Elektriker (1), Newcomer (1)
Aussehen	Süßer (1),
Sonstiges	Samenspender (1), Vormund (1), Mr. Perfekt (1), Schwarm (1),



## Anhang 4

### Genannte Eigenschaften/Bewertungen für das männliche Geschlecht

	<u>BRAVO</u>
Eigenschaften	fies (1), locker (1), hormongesteuert (1), unschuldig (1), perfekt (1), liebenswert (1), cool (1), sympathisch (1), erwachsen (1), hart (1), weich (1), smart (1), berühmt (1), schüchtern (1), cool (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	süß (4), heiß (1), groß (1)

	<u>BRAVO GIRL</u>
Eigenschaften	cool (6), sportlich (1), rockig (1), wild (1), brav (1), hart (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	süß (3), sexy (2), niedlich (1)

	<u>MÄDCHEN</u>
Eigenschaften	lieb (1), dümmlich (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	süß (3), sexy (1)

	<u>YAM!</u>
Eigenschaften	cool (2), verständnisvoll (2), reif (1), faul (1), wild (1), sympathisch (1), makellos (1), charismatisch (1), schlimm (1), schwul (1), tolerant (1), verständnisvoll (1), verspielt (1)
Eigenschaften, die das Aussehen betreffen	dick (1), süß (1), faltig (1), aalglatt (1), glänzend (1),

## Literatur- und Quellenverzeichnis

**Axel Springer-Verlag.** Mädchen. Titelporträt:  
<http://www.asmm.de/M%C3%84DCHEN.html>, 8.11.2008

**Axel Springer-Verlag.** YAM. Titelportrait.  
<http://www.mediapilot.de/cda/index.php?cn=350&np=546&nt=3>, 8.11.2008

**Baacke, Dieter.** Zum Konzept und zur Operationalisierung von Medienkompetenz. Uni Bielefeld 1998:

[http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKompetenz1.htm?\\_\\_xsl=/templates/print.xsl](http://www.uni-bielefeld.de/paedagogik/agn/ag9/Texte/MKompetenz1.htm?__xsl=/templates/print.xsl),  
22.10.2008

**Bauer Media KG.** Bravo: Erscheinungshinweise:  
<http://www.bauermedia.com/bravo.0.html>, 5.10.2008.

**Bauer Media KG.** Bravo Girl. Erscheinungshinweise:  
[http://www.bauermedia.com/bravo\\_girl.0.html](http://www.bauermedia.com/bravo_girl.0.html), 5.10.2008

**Becker-Schmidt, Regina; Knapp, Gudrun-Axeli (Hrsg.).** Feministische Theorien zur Einführung. Hamburg: Junius 2000, 63-102

**Bechdolf, Ute.** Puzzling Gender - Jugendliche verhandeln Geschlecht im und beim Musikfernsehen. In: Müller, Renate u. a. (Hrsg.). Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen: Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung. Weinheim u. München: Juventa 2002, 222-230

**Bitzan, Maria.** Gender in der Kinder- und Jugendhilfe. In: Glaser, Edith; Klika, Dorle; Prengel, Annedore (Hrsg.). Handbuch Gender und Erziehungswissenschaft. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt 2004, 461-476

**Bitzan, Maria.** Feministische Mädchenarbeit im Verbund: Kommentierung „Perspektiven der Geschlechterpädagogik in der Diskussion“. In: BAG Mädchenpolitik. Perspektiven der Geschlechterpädagogik in der Diskussion. BAG-Info Nr. 8/2007. BAG Mädchenpolitik. Berlin

**Böhnisch, Lothar; Funk, Heide.** Soziale Arbeit und Geschlecht: Theoretische und praktische Orientierungen. Weinheim u. München: Juventa 2002

**Bragg, Sara; Buckingham, David.** „Sie sind glücklich. Und darauf kommt es schließlich an...“: Wie Heranwachsende auf Darstellungen von Liebe, Sexualität und Beziehungen in den Medien reagieren. In: Mikos, Lothar; Hoffmann, Dagmar; Winter, Rainer (Hrsg.). Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim u. München: Juventa 2007, 83-100

**Bravo.** Homepage: <http://www.bravo.de/online/render.php?render=000050>, 2.10.2008  
und BRAVO Zeitschrift Nr.32/2008, BRAVO GIRL Zeitschrift Nr.18/2008

**Budde, Jürgen.** Die Geschlechterkonstruktion in der Moderne: Einführende Betrachtungen zu einem sozialwissenschaftlichen Problem. In: Luca, Renate (Hrsg.). Medien. Sozialisation. Geschlecht: Fallstudien aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis. München: Kopaed 2003, 11-25

**de Beauvoir, Simone.** Das andere Geschlecht: Sitte und Sexus der Frau. 9. Aufl., Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt 2008

**Duden.** Das große Fremdwörterbuch. Mannheim u. a.: Dudenverlag 2002

**Gildemeister, Regine; Wetterer, Angelika.** Wie Geschlechter gemacht werden: Die soziale Konstruktion der Zweigeschlechtlichkeit und ihre Reifizierung in der Frauenforschung. In: Knapp, Gudrun-Axeli; Wetterer, Angelika (Hrsg.). Traditionen Brüche. Entwicklungen feministischer Theorie. Forum Frauenforschung Bd.6. Freiburg: Kore 1992, 201-250

**Glaser, Edith; Klika, Dorle; Prengel, Annedore (Hrsg.).** Handbuch Gender und Erziehungswissenschaft. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt 2004, 461-476

**Ferchhoff, Wilfried.** Jugend und Jugendkulturen im 21. Jahrhundert: Lebensformen und Lebensstile. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2007

**Frey, Regina; Dingler, Johannes.** Wie Theorien Geschlechter konstruieren: Ein Debattenüberblick. In: Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.). Alles Gender? Oder was? Dokumentation einer Fachtagung der Heninrich-Böll-Stiftung. Reihe ‚Dokumentationen der Heinrich-Böll-Stiftung‘: Nr. 18. Berlin: Heinrich-Böll-Stiftung 2001, 7-25.

**Göppel, Rolf.** Das Jugendalter: Entwicklungsaufgaben – Entwicklungskrisen – Bewältigungsformen. Stuttgart: Kohlhammer 2005

**Heinrich-Böll-Stiftung (Hrsg.).** Alles Gender? Oder was? Dokumentation einer Fachtagung der Heninrich-Böll-Stiftung. Reihe ‚Dokumentationen der Heinrich-Böll-Stiftung‘: Nr. 18. Berlin: Heinrich-Böll-Stiftung 2001, 7-25.

**Hipfl, Brigitte.** Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem >spatial turn< in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Hipfl, Brigitte u. a. (Hrsg.). Identitätsräume: Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Bielefeld: Transcript 2004, 6-54

**Hipfl, Brigitte; Klaus, Elisabeth; Scheer, Uta (Hrsg.).** Identitätsräume: Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Bielefeld: Transcript 2004, 6-54; 201-221

**Hölling, Heike; Schlack, Robert.** Essstörungen. Robert Koch-Institut 2006:  
[http://www.kiggs.de/experten/downloads/dokumente/neu\\_essstoerungen\\_hoelling.pdf](http://www.kiggs.de/experten/downloads/dokumente/neu_essstoerungen_hoelling.pdf)  
7.11.2008

**Huber, Helga; Kaschuba, Gerrit; Stauber, Barbara.** Jugend und verantwortungsvolle Mediennutzung: Medien und Gesellschaft. Untersuchungsbericht des Tübinger Instituts für frauenpolitische Sozialforschung tifs e.V. Stuttgart: Schriftenreihe der Landesstiftung Baden-Württemberg 2007

**Josties, Elke.** Mädchen, populäre Musik und musikalische Praxis: Fallstudien aus der Jugendkulturarbeit. In: Müller, Renate u. a. (Hrsg.). Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen: Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung. Weinheim u. München: Juventa 2002, 208-221

**Katheder, Doris.** Sexy Konkurrenz: Die Versprechen der Warenwerbung in Mädchenzeitschriften. UTOPIE kreativ, H. 170 Dezember 2004, S. 1125-1132  
[www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf](http://www.rosalux.de/cms/fileadmin/rls-uploads/pdfs/170-Katheder.pdf), 30.09.2008

**Knapp, Gudrun-Axeli.** Konstruktion und Dekonstruktion von Geschlecht. In: Becker-Schmidt, Regina; Knapp, Gudrun-Axeli (Hrsg.). Feministische Theorien zur Einführung. Hamburg: Junius 2000, 63-102

**Knapp, Gudrun-Axeli; Wetterer, Angelika (Hrsg.).** Traditionen Brüche. Entwicklungen feministischer Theorie. Forum Frauenforschung Bd.6. Freiburg: Kore 1992, 201-250

**Klingler, Walter.** Genutzte Medien und geliebte Inhalte - Medienverhalten von Jugendlichen unter Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Unterschiede. Vortrag in Stuttgart im Rahmen der Veranstaltungsreihe Frauen in Naturwissenschaft und Technik am 6.11.2008

**Kunert-Zier, Margitta.** Erziehung der Geschlechter: Entwicklungen, Konzepte und Genderkompetenz in sozialpädagogischen Feldern. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2005

**Luca, Renate.** Mediensozialisation: Weiblichkeits- und Männlichkeitsentwürfe in der Adoleszenz. In: Luca, Renate (Hrsg.). Medien. Sozialisation. Geschlecht: Fallstudien aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis. München: Kopaed 2003, 39-54

**Luca, Renate (Hrsg.).** Medien. Sozialisation. Geschlecht: Fallstudien aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis. München: Kopaed 2003, 11-25; 39-54

**Luca, Renate; Aufenanger, Stefan.** Geschlechtersensible Medienkompetenzförderung: Mediennutzung und Medienkompetenz von Mädchen und Jungen sowie medienpädagogische Handlungsmöglichkeiten. 2007: <http://www.lfm-nrw.de/downloads/anhaenge-pressemit/medienkompetenz-geschl-zus.pdf>, 17.10.2008

**Mädchen.** Homepage: <http://www.maedchen.de/>, 2.11.2008  
und MÄDCHEN Zeitschrift Nr.21/2008

**Mikos, Lothar.** Ästhetische Erfahrung und visuelle Kompetenz: Zur Erweiterung der diskursiven Medienkompetenz um präsentative Elemente. MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung. 2000:  
<http://www.medienpaed.com/00-1/mikos1.pdf>, 8.11.2008

**Mikos, Lothar; Hoffmann, Dagmar; Winter, Rainer (Hrsg.).** Mediennutzung, Identität und Identifikationen: Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen. Weinheim u. München: Juventa 2007, 83-100

**Mikos, Lothar; Neumann-Braun, Klaus.** Videoclips und Musikfernsehen: Eine problemorientierte Kommentierung der aktuellen Forschungsliteratur. Berlin: Vistas 2006

**MPFS** (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest). JIM 2007. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart 2007

**Mühlen Achs, Gitta.** Die Ordnung der Geschlechter als heterosexuelle Romanze: Foto-Lovestories in Jugendzeitschriften. In: Hipfl, Brigitte u. a. (Hrsg.). Identitätsräume: Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Bielefeld: Transcript 2004, 201-221

**Müller, Renate; Glogner, Patrick; Rein, Stefanie; Heim, Jens (Hrsg.).** Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen: Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung. Weinheim u. München: Juventa 2002, 70-83, 208-221; 222-230

**Münch, Thomas.** Musik, Medien und Entwicklung im Jugendalter. In: Müller, Renate u. a. (Hrsg.). Wozu Jugendliche Musik und Medien gebrauchen: Jugendliche Identität und musikalische und mediale Geschmacksbildung. Weinheim u. München: Juventa 2002, 70-83

**Münchmeier, Richard.** Jugend. In: Otto, Hans-Uwe; Thiersch, Hans (Hrsg.). Handbuch Sozialarbeit Sozialpädagogik. 3.Aufl., München: Ernst Reinhardt 2005, 816-830

**Otto, Hans-Uwe; Thiersch, Hans (Hrsg.).** Handbuch Sozialarbeit Sozialpädagogik. 3.Aufl., München: Ernst Reinhardt 2005, 816-830

**Rose, Lotte; Schulz, Marc.** Gender-Inszenierungen: Jugendliche im pädagogischen Alltag. Königstein/Taunus: Ulrike Helmer 2007

**Schweer, Martin K.W.; Lukaszewski, Frank.** Jugend und Medien. In: Schweer, Martin K.W. (Hrsg.). Psychologie und Gesellschaft Band 1: Das Jugendalter. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main 2003, 27-42

**Schweer, Martin K.W.** Das Jugendalter: Eine Einführung. In: Schweer, Martin K.W. (Hrsg.). Psychologie und Gesellschaft Band 1: Das Jugendalter. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main 2003, 9-12; 27-42

**Schweer, Martin K.W. (Hrsg.).** Psychologie und Gesellschaft Band 1: Das Jugendalter. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main 2003, 9-12

**Shell-Studie** Nr. 15. Zusammenfassung. 2006:

[http://www.shell.com/static/de-de/downloads/society\\_environment/shell\\_youth\\_study/2006/youth\\_study\\_2006\\_exposee.pdf](http://www.shell.com/static/de-de/downloads/society_environment/shell_youth_study/2006/youth_study_2006_exposee.pdf), 29.07.2008

**Stauber, Barbara.** Gender-Dynamiken in der Rekonstruktion von Bildungsprozessen in Medienprojekten. MedienPädagogik: Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung. 2007: <http://www.medienpaed.com/14/stauber0711.pdf>, 29.9.2008

**Stauber, Barbara.** Geschlechtersensibilität im Kinder- und Jugendfernsehen. In: Television 19/2006/1  
[http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/19\\_2006\\_1/stauber.pdf](http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/19_2006_1/stauber.pdf)

**Svensson, Eva-Britt.** Bericht über die Auswirkungen von Marketing und Werbung auf die Gleichstellung von Frauen und Männer. Europäisches Parlament. 2008:  
<http://www.europarl.europa.eu//sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A6-2008-0199+0+DOC+XML+V0//DE>, 7.10.2008

**Tillmann, Angela.** Identitätsspielraum Internet: Lernprozesse und Selbstbildungspraktiken von Mädchen und Jungen Frauen in der virtuellen Welt. Weinheim u. München: Juventa 2008

**Treumann, Klaus Peter; Meister, Dorothee M; Sander, Uwe; Burkatzki, Eckhard; Hagedorn; Jörg; Kämmerer, Manuela; Strotmann, Mareike; Wegener, Claudia.** Medienhandeln Jugendlicher: Mediennutzung und Medienkompetenz. Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2007

**YAM.** Homepage: <http://www.yam.de/>, 2.11.2008 und YAM! Zeitschrift Nr.10/2008

## Erklärung

Hiermit versichere ich gemäß § 28 der Studien- und Prüfungsordnung der Hochschule Esslingen - Fakultät Soziale Arbeit, Gesundheit und Pflege, dass ich diese Bachelorarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Esslingen, den 14.11.2008 .....