

Wie sich Mädchen und Jungen auf der »Internetbühne« präsentieren

EIN GESPRÄCH MIT SOFIE VAN BAUWEL*

Sie untersuchten in einer Studie, wie sich Jugendliche in Belgien im sozialen Netzwerk Netlog inszenieren. Was war der Grundansatz der Studie?

Van Bauwel: Die Studie »The Online Stage« ist Teil eines breiter angelegten EU-finanzierten Forschungsprojekts zu Jugend, digitaler Kultur und Heteronormativität in einem Online-Netzwerk. Im Zentrum steht die mediale Inszenierung im sozialen Netzwerk *Netlog*, eine in Belgien entwickelte soziale Community für flämische Jugendliche. Unter dem Motto »Spaß, Freunde und Spiele« spricht *Netlog* gezielt nur junge Menschen an und grenzt gezielt »alte Leute« aus. Damit unterscheidet sich *Netlog* betont von Netzwerken wie *Facebook* und lag, als wir mit der Studie begannen, für belgische Jugendliche absolut im Trend.

Was genau haben Sie untersucht?

Van Bauwel: Im Team um Sander De Ridder und mich analysierten wir die Profile von Jugendlichen, ihre Fotos, Kommentare und Gespräche mit der

Frage, wie sie sich selbst inszenieren. Uns interessierte dabei insbesondere, wie sie ihr »Gender« selbst darstellen. In einem anderen Teil unserer Studie ging es eher um die strukturelle Seite, wie z. B. die Betreiber von *Netlog* über die Erstellung von Vorlagen in die Selbstrepräsentation eingreifen und inwiefern die Software vorgibt, wie ein Profil zu erstellen ist. Ein dritter Schwerpunkt lag bei den Usern: In einer Rezeptionsstudie sahen wir uns einzelne Profile genauer an und fragten bei den Jugendlichen konkret nach: »Was steht in deinem Profil und warum?« und »Was sind die Dos and Don'ts in sozialen Netzwerken im Hinblick auf Sexualität, Geschlechtlichkeit und die eigene Inszenierung im persönlichen Profil?«. Die medienanalytische Seite ist bereits abgeschlossen, die Rezeptionsstudie läuft noch.¹

Wie sah die Medienanalyse genau aus?

Van Bauwel: Zunächst legten wir als Teil unseres Forschungsprojekts selbst ein Profil auf *Netlog* an. Dann kontaktierten wir Schulen und Jugendgruppen und baten flämische Teenager zwischen 13 und 18 Jahren, »unsere Freunde« zu werden. Selbstverständlich stellten wir deutlich heraus, dass wir ihre Profile für ein wissenschaftliches Forschungsprojekt verwenden würden. Gaben uns die User die offizielle Zustimmung, konnten wir ihre Profile in unsere Untersuchung einbe-

ziehen. Alles andere wäre aufgrund von Datenschutzbestimmungen und -einstellungen nicht möglich gewesen. Auf diese Weise bezogen wir 204 Profile in die Studie ein, also eine Menge Datenmaterial, Bilder und Texte.

Wie inszenieren sich Teenager auf den Fotos im Social Network?

Van Bauwel: Meist geben sich die Jugendlichen sehr gender-spezifisch und stereotyp. Dabei zeigen sich sehr deutliche Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen. Es gab auch Jugendliche, die mit der Zweigeschlechtlichkeit spielen – in ihrer Selbstdarstellung, aber auch in den Vorgaben der *Netlog*-Seite. In den meisten Fällen ist die Inszenierung aber sehr traditionell und stereotyp.

Wie sieht die stereotype Selbstinszenierung im Einzelnen aus?

Van Bauwel: Viele Jugendliche vermitteln vor allem über ihre Bilder Botschaften traditioneller Weiblichkeit. Ihre Geschlechteridentität inszenieren sie über ihre Körper, Posen, Kleidung und mit Dingen, die sie mit ihrem Körper tun. Mädchen zeigen sich z. B. oft leicht bekleidet und ganz nah mit einem anderen Mädchen, mit dem sie Spaß haben und in ihrem Zimmer oder im Bad vor einem Spiegel posieren. Häufig geben sie sich schwach und zerbrechlich, blicken in die Kamera, zeigen Körperteile oder Nahaufnahmen bestimmter Körperteile und betonen dabei meist die Augen oder die Brüste. (s. Abb. 1 und 2)

Ein direkter Blick in die Kamera und passive Posen sind Kennzeichen von stereotyper Weiblichkeit, die wir so auch in der Genderforschung, z. B. in

nität (s. Abb. 3 und 4). Es gibt vereinzelt Jugendliche, die sich anders darstellen. Sie spielen mit Geschlechterrollen, aber die meisten beziehen sich auf bekannte (kulturelle) Vorbilder oder traditionelle Geschlechternormen, die wir etwa in der Werbung finden. Die Frage, die sich uns in dem Zusammenhang

Hierfür nehmen sie populärkulturelle Vorlagen als Vorbilder. Wenn ich wie Rihanna posiere, zeige ich, dass ich diese Musikrichtung mag und dass ich ein Fan bin. Ich denke nicht, dass sie mit den Darstellungen auf eine Kontroverse oder auf Aufruhr aus sind. Es handelt sich dabei um Posen, Fotos und Geschlechterbilder, die sie aus den Medien kennen und die sie aufnehmen. So wird die Darstellung der Einzigartigkeit, die sie ja fühlen, genau dies nicht mehr.

Analysen von Werbung, finden.² Der männliche Körper in der Werbung wird eher als aktiv dargestellt, wie er etwas tut, Muskeln anspannt und so weiter. Frauen hingegen erscheinen in der Werbung eher passiv, liegen im Bett oder sitzen oder stehen irgendwo in der Natur und tun nichts. Das nennen wir »passive Posen«, und das ist auch die Art, wie sich jugendliche Mädchen auf *Netlog* darstellen. Jungen hingegen posieren anders: Sie zeigen weniger fragmentierte Körperausschnitte, sondern z. B. eher halbnahe Aufnahmen von oberhalb der Brust ab.

Es gibt also deutliche Unterschiede, wie Mädchen und Jungen sich inszenieren?

Van Bauwel: Ja. Wenn Jungen mit anderen Jungen zu sehen sind, ist zwischen ihnen viel Raum. Mädchen dagegen zeigen sich häufig mit Freundinnen, sie umarmen sich auf den Fotos und ihre Körper sind sehr nah. Es ist eine Art der Inszenierung von Hyperfemininität, die sich dann in Aufnahmen von Körperausschnitten, Fotos mit sehr viel Make-up und in der bereits erwähnten passiven Pose äußert. Jungen drücken mit ihren Bildern Dominanz und Stärke aus. Sie zeigen athletische Posen, manchmal sehen wir halbnahe Aufnahmen, bei denen sie nichts anhaben, aber sie sind aktiv, athletisch und machen irgendeinen Sport. Nicht als Ausdruck der Intimität, sondern als Ausdruck aktiver Maskuli-

stellte, war: Wissen die Jugendlichen eigentlich, dass sie sich auf *Netlog* sehr stereotyp präsentieren? Inszenieren sie sich nur so, weil Rihanna, Lady Gaga oder andere Stars z. B. in Videoclips so posen?

Finden sich auch »widerständige« Inszenierungen?

Van Bauwel: Ein Beispiel für eine Art »widerständige« Darstellung mit Anspielungen auf das Spiel mit Geschlechterrollen und die Stärkung des Geschlechterbewusstseins ist, wenn z. B. bekannte R'n'B-Songs zitiert werden: »Mädchen sind Diamanten, ihr könnt uns hassen, ihr könnt uns schlagen, aber ihr könnt uns niemals brechen.« Solche Aussagen sind als Teil der Populärkultur im Umlauf und können als Stärkung einer erweiterten weiblichen Identität interpretiert werden – es bleibt zwar die Frage, ob das wirklich zu einer Stärkung des Bewusstseins führt, aber zumindest wird das Thema aufgegriffen.

In dem Sinne gibt es Widerstand gegen traditionelle Inszenierungen von Männlichkeit und Weiblichkeit, aber im Großen und Ganzen ist die Inszenierung stereotyp – zumindest bei den 14- bis 18-Jährigen.

Warum inszenieren sich Jugendliche Ihrer Meinung nach so?

Van Bauwel: Sie wollen sich als einzigartig darstellen und wollen mithilfe der visuellen Medien zeigen, wie sie sind.

Es geht also vor allem um die »individuelle Kopie« medialer Vorbilder aus Werbung und Musikbusiness?

Van Bauwel: Ja, aber es gibt auch noch weitere Beispiele, wie populärkulturelle Vorlagen in das eigene Doing Gender eingehen: Die Profilseiten der Mädchen waren mehr in Weiß und in pinkfarbenen Tönen gehalten, die von Jungen dagegen in Schwarz oder dunklen Farben. Wie kommt das? In den *Netlog*-Profilvorlagen kann man nicht viel verändern, aber man kann z. B. die Farbe ändern oder seine Vorliebe für eine Marke zum Ausdruck bringen, indem man seine Seite im Corporate Design von z. B. Adidas mit dem Logo und den Farben der Marke gestaltet. Für Unternehmen ist es sehr lukrativ, sich so in die Welt der Jugendlichen einzuschleusen. Die Marken der Mädchen kommen z. B. aus dem Bereich Luxusparfüms oder Modedesigner, Jungen hingegen übernehmen das Corporate Design von Sportmarken oder von Firmen der Spieleindustrie.

Wie gehen Jugendliche mit den Themen »Sexualität« und insbesondere »Homosexualität« um?

Van Bauwel: Auf den eingestellten Bildern sieht man nur heterosexuelle Liebesbeziehungen, keine Homosexualität oder andere Formen von Partnerschaften. Heterosexualität wird oft in Fotos mit sich küssenden Paaren ausgestellt. Homosexualität äußert sich nicht direkt und offen: Die Jugendlichen zeigen ihre Neigung nicht

INTERVIEW

in Bildern, sondern schreiben eher etwas darüber in den Texten über sich selbst oder in Kommentaren oder in Konversationen.

Im *Netlog*-Profil können das Geschlecht (männlich/weiblich), das Alter und die sexuellen Vorlieben («Ich suche ...») angegeben werden. Manche User geben nichts an, spielen ein wenig mit den Vorgaben oder schreiben an späterer Stelle im Profil Sachen wie «Ich liebe sie» – und das «Ich» ist dann ein Mädchen. Aber generell wird Homosexualität nicht so klar ausgesprochen wie Heterosexualität.

In der Rezeptionsstudie sagten die Jugendlichen: «Schwulsein ist völlig okay, aber wenn ich schwul wäre, würde ich es nicht posten.» Hier zeigt sich eine Doppelmoral: «Du kannst sein, was immer du willst. Aber ich möchte es nicht gepostet sehen.» Heterosexuelle Paare können Bilder mit ihren Partnern posten, aber gerade bei Schwulen fehlt es noch an Toleranz. Zwar schwingt in den Inszenierungen manchmal die Vorstellung des in der Literatur beschriebenen «Lesbian Chic»³ mit, dem Spiel zwischen jungen Mädchen, die mit anderen Mädchen flirten und mit lesbischen Anwandlungen spielen. Hier zeigt sich aber das gleiche Muster wie bei der Hypersexualisierung der Posen: Die Jugendlichen spielen damit, aber nicht zwangsläufig weil sie sich selbst als homosexuell empfinden. Wahrscheinlicher ist, dass sie wieder Vorbilder der Populärkultur aufnehmen und auf diese anspielen.

Wie denken die Jugendlichen über ihre Inszenierungen?

Van Bauwel: Die vorläufigen Ergebnisse der Rezeptionsstudie des Projekts, in der wir die Darstellungen in Fokusgruppen mit 40 Teenagern diskutierten, machen 2 Aspekte deutlich: 1. Die Jugendlichen haben genaue Vorstellungen davon, wie sie sich auf den Seiten der sozialen Netzwerke inszenieren können, beispielsweise im Hinblick auf die Authentizität. Sie betonen hierbei: «Du musst authentisch sein und dein

wahres Ich zeigen«, «Es ist dein Inneres, das du zeigen musst« oder «Du darfst nicht sagen, du seist schwul, wenn du es nicht bist, oder darfst kein Spiel daraus machen.» Das ist ein wichtiges Ergebnis. 2. Wenn wir mit Jugendlichen über die stereotypen Posen in ihren Bildern sprechen und sagen, «Wenn du dich so zeigst, ist das echt stereotyp. Du präsentierst dich als passives Lustobjekt«, dann sind sie völlig überrascht: «Oh wirklich, findest du?» Für sie sind das nämlich nur irgendwelche Körperhaltungen und sie suchen nicht gezielt nach hyperfemininen Posen. Sie zeigen sich, wie es alle anderen auch tun, aber auch ein bisschen anders, weil sie authentisch sein möchten. In ihrer Wahrnehmung geht es um die eigene Authentizität und nicht darum, Posen einer speziellen Weiblichkeit nachzuahmen, v. a. nicht absichtlich. Andererseits ist es auch wiederum nur eine Performance, eine Rolle und nicht ihr wahres Ich. Es steckt viel Ironie in der Selbstdarstellung, das ist ja auch ein Teil der Medienkultur: «Setz dich in Szene, setz eine Maske auf» – aber immer mit dem Wissen, wie die Medienkultur funktioniert. Dennoch: Weil wir diese Art der Inszenierung immer und immer wieder sehen, müssen wir sie infrage stellen und mit den Jugendlichen diskutieren: «Möchtest du wirklich als Sexobjekt rüberkommen?» – «Eigentlich nicht.» – «Aber wenn du dich so in einem Bikini zeigst, dann sehen dich viele Leute so.» – «Oh, okay, ich verstehe.»

Was wäre aus Ihrer Sicht pädagogisch zu tun?

Van Bauwel: Der Schlüssel ist die Förderung der Medienkompetenz. Es geht darum, Inszenierungen gemeinsam mit den Jugendlichen zu diskutieren und zu entschlüsseln. Die «moralische Panik», die zurzeit in Belgien und den Niederlanden herrscht, ist dabei nicht der richtige Weg, mit dem Thema umzugehen. Es muss vielmehr darum gehen, Jugendlichen Kompetenzen zu vermitteln, damit diese sehen, was

hinter den Inszenierungen steht, und mit ihnen zu diskutieren, wie sie ihre Bilder selbst lesen und interpretieren. Ob die Jugendlichen die stereotypen Formen der Gender-Inszenierung im Fernsehen und in der Populärkultur wirklich wollen, ist eine schwierige Frage, denn von den Jugendlichen erhält man oft die Antwort: «Ist doch nur Spaß.»

Wir brauchen diversere Geschlechterdarstellungen in der Mainstream-Populärkultur, v. a. in der Werbung. Es ist in Ordnung, jemanden in einer sexy oder in einer aktiven Rolle abzubilden und andere Gender-Identitäten etc. darzustellen. Es geht aber um die Vielfalt und die Gleichberechtigung all dieser Repräsentationen – und es sollten nicht lediglich stereotype binäre Geschlechterdarstellungen reproduziert werden. ■

ANMERKUNGEN

¹ Siehe auch: De Ridder, Sander & Van Bauwel, Sofie (2013). Commenting on pictures: Teens negotiating gender and sexualities on social networking sites. *Sexualities* 16(5/6), 565-586.

² Vgl. hierzu: Tortajada, Iolanda et al. (2012). *Fotologs and Love Socialisation Processes. A Conventional or a Transformative Model of Sexuality and Relationships?* In Michel Walrave et al. (Hrsg.), *eYouth. Balancing between Opportunities and Risks* (S. 215-232). Brüssel: Peter Lang; Van Zoonen, Liesbet (1994). *Feminist media studies*. Los Angeles: Sage; Duits, Lina & Van Zoonen, Liesbeth (2011). *Coming to terms with sexualisation*. *European Journal of Cultural Studies*, 14(5), 491-506.

³ Vgl. hierzu: Tortajada, Iolanda et al. (2012). *Fotologs and Love Socialisation Processes. A Conventional or a Transformative Model of Sexuality and Relationships?* In Michel Walrave et al. (Hrsg.), *eYouth. Balancing between Opportunities and Risks* (S. 215-232). Brüssel: Peter Lang.

* Sofie Van Bauwel, Prof. Dr., ist Assistant Professor am Department of Communication Studies und Mitglied der Forschungsgruppe «Centre for Cinema and Media Studies» (CIMS) der Universität Ghent, Belgien.

