

Neue Medien – Sozialisation – Geschlecht

Stand: Mai 2007

Abstract

Nach grundsätzlichen Ausführungen zu Sozialisation werden schlaglichtartig einige allgemeine Sozialisationseffekte von neuen elektronischen Medien mit Bezug auf Jugendliche beleuchtet. Nach einer kurzen Skizzierung der wichtigsten theoretischen Zugänge zu Geschlechtertheorien wird die Notwendigkeit eines doppelten Zugangs zur Frage nach Sozialisation durch Neue Medien unter der Geschlechterperspektive begründet. Schwerpunkt ist Sozialisation von Jugendlichen mit Bezug auf Geschlecht durch Neue Medien in ihrer Bedeutung für Gleichaltrigenbeziehungen, Jugendkulturen und Identitätsbildung. Das wird, auf der Basis der empirischen Forschung, konkretisiert an einigen Beispielen.

Inhalt

1. Sozialisation
2. Neue Medien und Jugend-Sozialisation
3. Geschlecht – Theorien und methodische Konsequenzen
4. Neue Medien als geschlechtsrelevante Sozialisationsräume für Jugendliche
 - 4.1. Körperbilder und -inszenierungen
 - 4.2. Auswahl, Ausmaß und Art der Nutzung
 - 4.3. Kommunikationsstrukturen und Interaktionsprozesse
5. Beispiele
 - 5.1. Männlichkeitskulturen: LAN-Parties als Raum für das Üben von Männlichkeitspraktiken
 - 5.2. Ein Website-Netz weiblicher Fan-Kultur: eigener Raum für Unterstützung und Performanz heterosexueller Weiblichkeit
 - 5.3. Identitätskonstruktion von Mädchen über Instant Messaging (IM)
 - 5.4. Blogs – Selbst-Entdeckungsräume für iranische Jugendliche und Frauen

Vorbemerkung

Neue Medien meint: elektronische Informations- und Kommunikationstechnologien (IuKT). Ich greife aus der unüberschaubaren Vielfalt eine kleine Auswahl heraus, z.T. an Beispielen.

1. Sozialisation

Soziologisch meint Sozialisation den **Prozess, durch den man ein in einer bestimmten Gesellschaft handlungsfähiges Subjekt wird und** auch in einer sich verändernden Gesellschaft handlungsfähig **bleibt, also Subjektkonstitution**. Sozialisation ist gleichzeitig der Prozess der **Vergesellschaftung und der Individuierung**.

Die **Vergesellschaftung** der Individuen – die soziale Formung der Einzelnen – sorgt für die Reproduktion der Gesellschaft, d.h. für die Re-Produktion der gesellschaftlichen Ordnung, wenn die auch nicht statisch ist. Der soziale Wandel wird auch durch neu/anders sozialisierte junge Menschen, durch neue Generationen vorangetrieben.

Individuierung, also Individuumwerden, – psychologisch gesprochen: eine Persönlichkeit entwickeln – geschieht immer durch Vergesellschaftung. Vergesellschaftung/Individuierung findet statt **in der Interaktion mit anderen und dem Umgang mit Dingen**, durch eigene Tätigkeit, nämlich Übernahme und Weiterentwicklung sozialer Praktiken: wie man isst und liebt, wie man seinen Tag verbringt, ob man Nachrichten mit Trommel oder per Handy weiter gibt usw. Die Begriffe „Übernahme und Weiterentwicklung“ verweisen darauf, dass Sozialisation ein Prozess ist, bei dem das Individuum **aktiv** ist. Hurrelmann (2006) spricht von Sozialisation als **produktiver Auseinandersetzung mit der äußeren und inneren Realität**. Wobei allerdings „Realität“, auch die „äußere“, eine Sache der gesellschaftlich vermittelten Wirklichkeits-Konstruktion-im-Kopf ist.

Der Begriff „Sozialisation“ betonte ab den 70er Jahren die Formung von Menschen durch die Umwelt statt durch Anlage bzw. Biologie. Er ist in populäre Diskurse übergegangen, meist mit der falschen Vorstellung, dass man passiv sozialisiert wird (Scheu: „Wir werden nicht als Mädchen geboren, wir werden dazu gemacht“). Aber in den letzten 15 Jahren ist die öffentliche Diskussion gekippt: Da ist wieder die Biologie (Anlage) in Form der Genetik zunehmend dominant geworden. Dass inzwischen die Epigenetik den Blick auf die Wechselwirkung von Genen (Genaktivität) und Umwelt gelenkt hat, ist in der Öffentlichkeit noch nicht angekommen (vgl. Bachmann 2007).

In den Sozialwissenschaften ist die Rede von „Sozialisation“ aus der Mode gekommen, außer bei PädagogInnen. An die Stelle ist z.B. die ethnographische Erforschung von Kinder- und Jugendkulturen getreten: was für eigene Kulturen Kinder und Jugendliche schaffen und wie sie es tun. Ganz beliebt ist auch das Denken in terminis von Identität und Identitätsbildung. Auf **Peer-Beziehungen und Jugendkulturen als Sozialisationskontexte für Identitätsbildung** werde ich mich in meinem Vortrag schwerpunktmäßig beziehen.

2. Neue Medien und Jugend-Sozialisation

**Erst einmal ganz allgemeine Thesen:
Elektronische Medien verändern die Welt,
damit die Lebensbedingungen und den Alltag von Menschen: ihre Lebenspraxis.
Insofern beeinflussen sie Sozialisationsprozesse:
veränderte Formen von Subjektivität entstehen.**

Dieses hochinteressante Thema kann ich leider hier nicht genauer ausführen.

Zwei Thesen zur Bedeutung von digitaler Technologie/Neuen Medien für Sozialisation:

**1. These:
Die digitale Technik stellt ein großes Potential für Entwicklungs-, Bildungs-, und
Identitätsbildungsprozesse dar, einen wichtigen Sozialisationsraum.**

(Tully 2004, Schachtner 1997b und viele andere). So fördern die in der Öffentlichkeit v.a. unter der Perspektive ihres Gewaltpotentials diskutierten Computer-Spiele auf jeden Fall auch vielfältige Kompetenzen: Aufmerksamkeit, Vorstellungsvermögen, motorische Koordination, Geduld u.v.m. (Breuer 2005).

2. These:

Die Technologie verändert die NutzerInnen nach ihren Funktionsregeln, in Abhängigkeit von Art und Zielen der Nutzung und dem sozialen Kontext.

So argumentieren Garcia-Montes et al. (2006), ausgehend von der Mobiltechnologie Handy¹. Ausmaß und Art der Nutzung von digitalen technischen Medien, die heute schon im Vorschulalter beginnt, beeinflusst die Ausbildung von Wahrnehmungs- und Interpretationsschemata sowie von emotionalen Reaktionsschemata. Der Einfluss ist umso stärker, je früher im Leben er stattfindet. Deswegen wäre es dringend geboten, viel mehr als bisher zu Kindern und Medien zu forschen.

Die IuK-Technologien, insbes. das Internet mit seiner Vielfalt technisch vermittelter Optionen, sind **wichtige Sozialisationsräume** für Kinder und Jugendliche geworden; sie sind selbstverständlicher Teil ihres Alltags.

Im folgenden fokussiere ich auf **Jugendliche**.

Die Optionen der neuen Technologien werden von Jugendlichen *individuell und gruppenspezifisch unterschiedlich genutzt und angeeignet, nämlich orientiert an eigenen Motiven, Interessen und Deutungssystemen*. Jugendliche wählen aus, nutzen und eignen sich Medien-Angebote an in Antwort auf ihre aktuellen Fragen und Bedürfnisse. Die neuen Medien bieten Jugendlichen die Möglichkeit, mit Neugier und Spaß das anzugehen, was Psychologen „**Entwicklungsaufgaben**“ genannt haben:

**Ablösung von den Eltern,
Aufbau und Aufrechterhaltung von peer-(Gleichaltrigen-)Beziehungen,
Entwicklung ihrer Sexualität
Identitätsbildung, Bildung von Geschlechtsidentität.** Das impliziert auch **Suche nach Lebens-Orientierung und nach eigenem Stil.**

3. These:

Neue Medien sind Medien der peer-Beziehungen und Räume der Jugendkulturen

Ich argumentiere mit bes. Bezug auf das **Handy**, angelehnt an Garcia-Montes et al. (2006)². Neue Medien dienen Jugendlichen (und schon Kindern) zur Ablösung von ihren Eltern. Das Internet bietet ihnen jede Menge Information, die weit über Schule und Elternhaus hinausführt: „Per Maus in die Erwachsenenwelt“ (Schachtner 1997b), aber auch in die Welt der Jugendkulturen. Die Bemühungen von Jugendlichen um **Ablösung und Unabhängigkeit** von ihren Eltern werden durch das Handy entscheidend unterstützt³. Es macht sie mobil – das

¹ Die Autoren stellen sehr weitreichende Thesen über die Veränderung von Subjektivität durch die Handy-Technologie und ihre Nutzung durch Jugendliche auf.

² s.a. Burkart 2000.

³ Die unter Jugendlichen am meisten verbreitete elektronische Technologie ist das Handy. Ende 2001 hatten in der EU 80% der 15-24-Jährigen eins, in Finnland sogar ein Drittel der 7-10-Jährigen (Garcia-Montes u.a. 2006). In Mitteleuropa steigt der Besitz ab 10 Jahre sprunghaft an

ist heute unerlässlich. Sie können niederschwellig Kontakte knüpfen und weiträumige peer-Beziehungen unterhalten, ohne Kontrolle durch die Eltern.

Seit Jahrzehnten nimmt die Bedeutung der peers für Jugendliche zu, inzwischen verstärkt durch die neuen Technologien: Jugendliche nutzen IuK-Technologien vielfältig zu Aufbau und Pflege von peer-Beziehungen, indem sie Handy, E-Mail, Chats, zunehmend auch Instant Messaging (IM) zum **Aufbau und Aufrechterhalten ihres ganz persönlichen sozialen Netzes** nutzen, indem sie Spiele spielen und in vielen Formen kommunizieren usw. In ihren Interaktionen entwickeln sie die **Jugendkulturen** – in wechselseitiger Abhängigkeit zu kommerziellen Popkulturen – die zu immer wichtigeren Sozialisations-Feldern werden.

Peers sind – neben oder vor der Familie – ihre **wichtigsten Bezugspersonen, signifikante Andere** i.S. des Symbolischen Interaktionismus:⁴ In der Interaktion mit peers entwickeln sie in einer unüberschaubaren und sich rasant wandelnden Welt ihre

Wirklichkeitskonstruktionen. Teenager erwerben ihre Handlungsstrategien, ihre Orientierungen, also ihre Sinn- bzw. Bedeutungs-Koordinaten, so etwa ihre Bewertungen von Kleidung, Musik oder auch von Religion, in ihren Interaktionen mit peers (Clark 2005).

Ling/Yuri (2002) prägten für diesen Prozess den Begriff der „**hypercoordination**“. Kein Wunder also, dass Jugendliche über diverse Technologien in ständigem Kontakt mit ihren FreundInnen stehen.

Das Handy ist unbedingt notwendig, um in der Gleichaltrigengruppe integriert zu sein; es ist Teil der Jugendkultur. Der ständige Kontakt dient dem dauernden Verhandeln von Zugehörigkeit und Vertrauen; denn es ist ein Charakteristikum der individualisierten spätmodernen Gesellschaft, dass dauernd an Beziehungen gearbeitet werden muss, damit das soziale Netzwerk hält. Dafür muss man ständig erreichbar sein.

Das Handy vermittelt sozialen Status: Viele Anrufe zu bekommen bedeutet: Ich gehöre dazu, ich bin beliebt⁵. Das Handy **vermittelt Zugehörigkeit, ein Gefühl vom eigenen Platz in der Gesellschaft: Identität.**

Mittels der Neuen Medien und der dadurch intensivierten Peer-Beziehungen und Jugendkulturen können die Jugendlichen sich der Erwachsenenkontrolle ein gutes Stück entziehen. Die **Peer-Sozialisation gewinnt weiter an Bedeutung**⁶: „Selbstsozialisation“ hat das Zinnecker (2000) genannt.

Entscheidend ist dabei, wie man sich in von Peers erwünschter Weise präsentieren kann (Clark 2005); überhaupt wird bei Kommunikation mittels Medien die Selbstpräsentation zu etwas sehr Bewusstem und sie ist stärker steuerbar als in face-to-face-Kontakten. (Deshalb wird in der Forschung auch so viel mit Goffmans „The presentation of self in everyday life“ gearbeitet).

Das Handy wird zum Teil ihres Körpers, ihres Selbst (Katz 2004: „Machines that become us“). Man fühlt sich unwohl, unsicher, unvollständig ohne Handy, ohne Kontakt mit den Bezugspersonen. Es entsteht, so meine These, **ein Selbst, eine Identität, die extrem**

(Detering/Kleedörfer/Petzold 2006).

⁴ M.E. wird dabei die Bedeutung der Eltern, der Familie unterschätzt, was vermutlich ein Ergebnis der ethnographischen Methode ist, mit der hier sehr viel geforscht wird.

⁵ Bei Kindern und da, wo noch nicht viele ein Handy haben, bringt der bloße Besitz Status; Kinder aus niedrigeren sozialen Milieus besitzen häufiger Handys (so Detering/Kleedörfer/Petzold 2006: Pilotstudie mit Fragebogen an städtischen und ländlichen Grundschulen im Raum Köln 2004, 1-4. Klasse: Kinder, LehrerInnen, Eltern befragt, nicht repräsentativ. Handybesitz in Schulen in Vierteln niedrigeren sozialen Milieus war deutlich höher.) Und dann kann es als modisches Accessoire – das technologisch neueste oder stylishste... – Zeichen von lifestyle sein.

⁶ Die meisten (amerikanischen) Teens halten aktiv die sensiblen Teile ihres Online-Profiles von Fremden, Eltern u.a. Erwachsenen uneinsehbar (Lenhart/Madden 2007). Ob das auch für die konfuzianisch-familienorientierten taiwanesischen College-StudentInnen (Wie/Lo 2006) oder koreanischen Teens (Yoon 2006) gilt, von denen die Autoren betonen, dass die Konsumnormen von neo-konfuzianischen Konformitätsnormen abhängen, dass etwa der Kauf eines Handys stark von der Familie abhängt und seine Nutzung besonders der Stärkung von Familienbanden dient?

abhängig ist vom ständigen Kontakt mit anderen. Das gilt nicht nur für Mädchen, für die eher die kommunikative Funktion beim Gebrauch des Handys im Zentrum steht, sondern tendenziell auch für Jungen, die das Handy eher betont instrumentell nutzen – aber eben damit dauernd mit ihren Freunden kommunizieren⁷.

Die **Schattenseiten** der jugendlichen Handy-Kommunikation: das Mobben und Ausschließen, das Inszenieren, Fotografieren und Ins-Netz-Stellen von Gewaltszenen („Happy slapping“) seien nicht verschwiegen, auch die sind sozialisationsrelevant: schmerzlich, isolierend, demütigend für die Opfer.

Man darf auch nicht übersehen, dass die **Mobiltechnologie, wie überhaupt die Teilnahme an Medienwelten, Identitätsprobleme verschärfen kann** (Garcia-Montez et al. 2006), wenn die NutzerIn die verschiedenen Identitäten oder Identitätsfragmente nicht für sich in einen sinnvollen Zusammenhang bringen kann (Kohärenzproblem) oder wenn er/sie sich im Internet verliert, onlinesüchtig wird.

Indem Jugendliche mittels der neuen Medien bzw. Technologien – und jetzt denke ich nicht nur ans Handy, sondern mehr noch ans Internet – ihre Fähigkeiten, auch bisher verborgene, ausprobieren und geheime Wünsche und Fantasien ausdrücken, sexuelle Beziehungen anbahnen können, finden sie in diesen Medien Möglichkeiten zur Entwicklung bereit: sich selbst kennen lernen und weiter entwickeln, auch als sexuelles Wesen, eine zusätzliche oder eine erweiterte Identität, ausprobieren. Darüber ist viel geschrieben worden (Schachtner 1997b, Turkle 1998). Über Identitäts-Spiele werde ich hier aber nicht reden.

Medien sind allgemein „**Identitätsräume**“ (Hipfl/Klaus/Scheer 2004) oder entwicklungspsychologisch gesehen **Experimentierfelder**.

3. Geschlecht – Theorien und methodische Konsequenzen

Sozial, im Alltag, ist Geschlecht klar dichotom: Man ist Mann oder Frau, nichts dazwischen. Widersprüchliches wird eindeutig gemacht; es ist – außer durch aufwändige Geschlechtsumwandlungsverfahren – körperlich kein Wechsel möglich (anders in Indonesien vgl. Lang 2006): Diese Annahmen basieren auf der Vorstellung: Geschlecht ist schlicht Körper, also etwas Natürliches, natürlich Festgelegtes.

Die feministische Forschung hat dem entgegengesetzt: **Geschlecht ist eine soziale Kategorie, Ergebnis von Konstitutions- bzw. Konstruktionsprozessen.** Ich erinnere an die drei bekannten geschlechtertheoretischen Zugänge.

Theoretische-Zugänge zu Geschlecht:

1. Materialistisch-feministische Theorie: Geschlechterverhältnisse sind soziale Ungleichheits-Relationen.

Die Geschlechter haben bzw. erfahren immer noch unterschiedliche **Macht und Bewertung**, ob gemessen in Führungspositionen, Bezahlung oder im Symbolischen. Die geschlechtshierarchische **Arbeitsteilung** (Frau fürs Haus, sorgt sich ums Private, Mann für Beruf) stimmt zwar real nicht mehr, lebt aber fort in der primären Zuständigkeit der Frauen für die Kindererziehung (die „ideale Mutter“!) und die immer noch weitgehende Freistellung der Männer davon. Lebensbedingungen und Praktiken unterscheiden sich mehr oder weniger

⁷ Die Forschungsergebnisse sind in dieser Hinsicht nicht so ganz eindeutig, vgl. unten Punkt 4.2.

stark nach Geschlecht – in Überschneidung mit anderen Dimensionen sozialer Ungleichheit (etwa Schicht und Ethnizität, denken Sie an MigrantInnen...). In der Auseinandersetzung mit den Lebensbedingungen, in den **Praktiken des Alltagsbewältigung** geschieht Sozialisation.

2. Interaktionistische Theorie: Geschlecht ist Ergebnis sozialer Konstruktion (Doing gender)

Geschlecht/Gender wird fortwährend im Alltag (re)konstruiert, indem wir uns als Männer oder Frauen darstellen, gemäß dem kulturellen Symbolsystem: **Identitäts-Präsentation**, auch durch Bewegung, Dastehen, Angeben oder sich klein machen. Zu diesem Konstruktionsprozess gehört auch, dass wir, unser Verhalten und Aussehen, von den anderen **mit Bezug auf Geschlecht bewertet** werden. Geschlechterkonstruktion ist andauernder Prozess.

Dieser theoretische Zugang hat ursprünglich mit Sozialisation nichts im Sinn. Aber man kann mit dem symbolisch-interaktionistischen Theoriewerkzeug daraus für Sozialisation folgern: Indem wir uns in der Interaktion in die Perspektive der anderen versetzen, **sehen wir uns mit deren Augen**: als mutig, als Schlampe, als Intelligenzbestie, als Versager. Aus solchen Prozessen entsteht Identität. Wir können uns auch bewusst selbst bewerten und formen, aber immer auch **mit Bezug auf Imaginationen von Frau- oder Mann-Sein**.

3. Poststrukturalistisch-dekonstruktive Theorie: Alles was wir über sex/„natürliche“ Geschlechtskörper aussagen, denken, ja sogar fühlen, ist von gender-Diskursen geprägt.

Auch biologisches Geschlecht denken wir nach den Regeln des soziokulturellen Geschlechts: entsprechend der Alltags-Annahmen, es gibt nur zwei Geschlechter, sie sind natürlich, wie die Körper, Heterosexualität ist natürlich usw.

Butler sagt: Geschlecht „ist“ nicht, sondern **wird ständig performativ geschaffen**, indem wir uns als Frau oder Mann gemäß den Geschlechterdiskursen identifizieren. Über solche Prozesse **materialisiert sich Gender im Körper**, Geschlechterdiskurse werden in den Körper eingeschrieben. Mit der Verkopplung von Geschlecht und Körper entsteht ein naturalistisches Verständnis von Geschlecht und die Illusion einer einheitlichen Geschlechtsidentität, die Heterosexualität impliziert.

Methodische Konsequenzen der Geschlechtertheorien für die Forschung zu Neuen Medien und Geschlecht

Wenn man Neue Medien aus einer Geschlechterperspektive untersuchen will, ergeben sich aus den Ausführungen zu Geschlecht **zwei notwendig zu verbindende methodische Zugänge**:

Geschlechterforschung muss, das hat Carol Hagemann-White schon 1993 gefordert, in einem doppelten Vorgehen die sozial hergestellte Geschlechterdifferenz gleichzeitig ernst nehmen und in Frage stellen. Sie muss sich immer auf die Ungleichheiten empirischer Frauen und Männer, auf Verteilungen und „Fakten“ beziehen, auf Frauen und Männer als Subjekte – und sie muss die Mechanismen der Konstruktion von „Frauen“ und „Männern“ mittels Praktiken und Imaginationen aufzeigen. Das bedeutet für die Medienforschung:

1. Bezug auf konkrete empirische männliche und weibliche Individuen, d.h. wie Mädchen und Jungen sich im Medienkonsum in Dauer und Art der Nutzung unterscheiden. Daraus schließt man meist auf differierende Sozialisationswirkungen.

Das **Problem** ist, dass man dabei die Geschlechterdifferenz unterstellt und damit selbst zu den dichotomisierenden Geschlechterkonstruktionen beiträgt. Tatsächlich rezipieren und nutzen

Menschen Medien nicht aus fixen Subjektpositionen „als Frau“, „als Mann“. Vielmehr weisen sie ihnen Bedeutungen im Prozess der Aneignung/Nutzung zu, abhängig von spezifischen sozialen, kulturellen und situativen Kontexten, die von vielfältigen Machtverhältnissen durchzogen sind, betonen Röser/Wischer (2004).

Wegen dieser Probleme ist ein weiterer methodischer Zugang nötig:

2. Im Mittelpunkt steht die Frage: Wie werden in den Neuen Medien Geschlechterkonstruktionen hergestellt, unter welchen Machtverhältnissen, mit welchen Praktiken und Imaginationen von Körpern?⁸

Werden die alten Dualismen aufgebrochen zugunsten komplexerer und vielfältigerer, weniger scharf abgegrenzter Konstruktionen?

Dieser 2. Fragenkomplex wird mit qualitativen, besonders ethnographischen Methoden angegangen.

4. Neue Medien und geschlechtsrelevante Sozialisationsprozesse⁹

Die **Räume der Neuen Medien werden hergestellt**: durch die Technologie, die elektronische „Architektur“, die auch die Struktur der Software einschließt, durch AdministratorInnen und durch die NutzerInnen, durch das, was sie alle mitbringen an gesellschaftlich geformten Imaginationen (Körperbildern, Fantasien), Stereotypen und Normen, Wünschen und sozialen Praktiken.

Eigentlich müsste man dazu sehr umfassend interdisziplinär arbeiten, wie Manovich es in seinem Buch „The language of the new media“ (2001) vorschlägt und praktiziert. Aber so etwas ist selten, weil schwierig und aufwendig, und auch ich beschränke mich aufs Sozialwissenschaftliche.

Geschlechtsrelevante Sozialisationsprozesse spielen sich in den neuen Medien ab über

- 1. Körperbilder und -inszenierungen;**
- 2. Ausmaß und Art der Nutzung, durch die Auswahl von Communities, Computerspielen usw..**
- 3. Kommunikationsstrukturen und Interaktionsprozesse im Netz mit ihren Geschlechterkonstruktionen.**

Dazu nur ein paar kurze Ausführungen. Die Cybersex- und Kinderpornographie-Bereiche, die explosionsartig gewachsen sind, lasse ich beiseite.

4.1. Körperbilder und -inszenierungen

Körperbilder und ihre inhärenten Geschlechterbeziehungen in den Neuen Medien folgen weitgehend alten Geschlechter-Klischees. Das gilt auch für die „**Digital Beauties**“, die digital erzeugten Mensch-Maschinen-Wesen von Lara Croft

Link: <http://www.imdb.de/media/rm636525824/tt0325703>

⁸ Elisabeth Klaus (2004, S.12): Der Körper ist „eine wirkmächtige Imagination“, keineswegs nur Natur.

⁹ Zur aktuellen Diskussion zu Sozialisation und Geschlecht s. Bilden/Dausien 2006.

bis zu japanischen Modellierungen, wie die Analyse von Sylvia Pritch (2004) ergibt. Auch die digitalen Frauengestalten in Spielen, zu Werbungszwecken und zur Vermittlung zwischen NutzerIn und Technik spiegeln eine konservative Geschlechterordnung: Frauenkörper werden erotisch und/oder kindlich für einen männlichen Blick inszeniert. Es sind gleichzeitig auch rassistisch-koloniale Diskurse, die in diese Körper eingeschrieben werden; denn die Digital Beauties sind nach westlichen Frauenkörper-Idealen konstruiert; ethnische Differenz wird, wenn überhaupt, durch Accessoires symbolisiert, selten, auch in Japan, durch stilisierte „asiatische“ Augen.

Die Figuren sollen positive Emotionen vermitteln; oft verschmelzen Weiblichkeit und Dienstleistung. Diese Kunstkörper reproduzieren ständig das Geschlechterverhältnis als ein hierarchisierendes Symbolsystem, also ein Deutungssystem, in dem Weiblichkeit und Männlichkeit aufeinander bezogen sind und Heterosexualität als selbstverständliche Norm im Hintergrund fungiert.

Geschlechtsrelevante Sozialisationsprozesse finden zweitens statt über:

4. 2. Ausmaß und Art der Nutzung, Auswahl von Communities, Computerspielen usw.

Bei Auswahl, Ausmaß und Art der Nutzung finden wir **Geschlechterdifferenzen** (Aber bedenken wir die großen Überschneidungen der Verteilungen, s.o.): Handys¹⁰ haben zwar alle. Aber laut Oksmann/Turtainen (2004) über Handys im Alltagsleben finnischer Jugendlicher telefonieren die Mädchen mehr und länger, die Jungen kürzer und instrumenteller; sie simsen mehr. Auch die Ergebnisse zu Taiwan (Wie/Loo 2006) weisen in diese Richtung. Doch andere Studien (z.B. Detering u.a. 2006) bringen auch abweichende Ergebnisse; es gibt keine klare Konsistenz.

V.a. aber sind die **Interpretationen der Handynutzung und die Selbstpräsentationen vergeschlechtlicht**: Die Jungen heben Meisterung neuer Technologie als nötig fürs up-to-date-Bleiben hervor; sie berichten nie technologische Defizite: Da geht es offenbar um männliche Identität, die mit Technologie-Meisterung verbunden ist. Mädchen heben eher die kommunikative Funktion hervor; sie geben technische Defizite zu, ja manche präsentieren sich auch nach jahrelanger Nutzung als technisch blöd: Auch das sehe ich als eine Form der Konstruktion weiblicher Identität: sozial, technisch den Jungs unterlegen.

Die Freizeitwelten von Jungen und Mädchen driften laut Jugendsurvey 2005 des Deutschen Jugendinstituts (Gille u.a. 2006) auseinander, auch bedingt durch Ausmaß und Art der Internetnutzung, insbesondere durch die Video- und Computerspiele der Jungen: Es gibt viel mehr **Spielleidenschaft** auf der Seite vieler Jungen und jungen Männer; sie spielen oft viele Stunden die Woche; es entstehen männlich dominierte Szenen.

Egoshooter- und Action-Adventure-Spiele stehen bei Jungen an erster Stelle (Häufigkeit und Präferenz), da geht es hauptsächlich um Kampf, Gewalt und Durchsetzungsvermögen in direkter Konfrontation mit dem Gegner. Bei Mädchen sind es an erster Stelle Aufbau- und Strategiespiele, Denk- und Rennspiele (Kyriakidis 2005)¹¹. Andere Autoren sprechen von Simulationsspielen, Mysteries und Rollenspielen als Favoriten der Mädchen (Cassel/Jenkins 1999, Schott/Horrell 2000). Die Zahl der weiblichen Online-Spielerinnen steigt, und einige spielen auch Kampfspiele, so wie auch gar nicht so wenige Jungen Soaps ansehen (Winter/Neubauer 2002).

¹⁰ Zur kulturellen Bedeutung des Handys s.a. Burkart 2000.

¹¹ Nicht repräsentative Befragung von 13-17-jährigen GymnasiastInnen und HauptschülerInnen von je 2 Gymnasien und Hauptschulen in Köln 2004.

Der Umgang von Jugendlichen mit Medien ermöglicht **virtuelles Probehandeln und Probefühlen**.

Jungentypische Spiele ermöglichen über Technikfaszination, Tabubrüche und Darstellen von Durchsetzungsstärke spezielle Inszenierungen von Männlichkeit. Es geht auch um **Emotionsregulation**. Z.B. helfen Horrorfilme, durch eine Art „Flooding-Therapie“¹², Ängste unter Kontrolle zu bringen. In den Gewaltsituationen von Egoshooter-Spielen regulieren die Spieler ihre Gefühle herunter; sie empfinden wenig Aufregung und Angst – und wohl auch keine Empathie. Sie lernen dabei, Gefühle bzw. eher deren Wahrnehmung zu unterdrücken, und dabei lernen sie sicher nicht, differenzierter mit ihnen um zu gehen. Offen bleibt, inwieweit sie diesen Umgang mit Gefühlen auf andere Situationen übertragen. Infolge der realitätsnahen Szenarien, der realistischen Waffen und der Involviertheit der Spieler in gewalthaltigen Spielen können die Grenzen zwischen virtueller und realer Welt fließend werden – es besteht das Risiko des Transfers in die reale Welt; entscheidend ist die soziale Einbettung, sagt etwa Helga Theunert (2005, s.a. Theunert 1996).

In **Computerspielen**, die extra **für Mädchen** entworfen wurden, geht es v.a. um Beziehungen; insofern werden hier besonders **Beziehungskompetenzen** geübt (oder Pferdepflege). Nach Kyriakidis (2005) scheinen Mädchen aber die Spiele nicht so ernst zu nehmen. Wichtiger als Spiele ist für Mädchen die Kommunikation und Beziehungspflege mit realen Personen.

Die geschlechterdifferente Nutzung von Video- und Computerspielen hängt auch mit der großen Rolle von Gewalt und Wettbewerb darin zusammen: Sie docken sozusagen an Männlichkeiten an und sprechen Bedürfnisse von angehenden jungen Männern an (Böhnisch 2004). Die meisten Mädchen/Frauen fühlen sich von ihnen abgestoßen.

Die Wahl von Spielen ist ebenso Teil des Doing Gender wie die Auswahl von Fernseh-Angeboten und – so meine These – **auch die Art des Umgehens damit**: Mädchen sehen sich relativ häufig Soaps an (Maya Götz 2005) und tauschen sich, direkt oder medial vermittelt, unter Freundinnen darüber aus¹³.

Geschlechtsrelevante Sozialisationsprozesse finden drittens statt über:

4.3. Kommunikationsstrukturen und Interaktionsprozesse im Netz mit ihren Geschlechterkonstruktionen

Medien sind soziale Räume mit bestimmten **Interaktions- und Kommunikationsstrukturen** und inhärenten **Machtverhältnissen**. Machtverhältnisse schlagen sich in sozialen Praktiken nieder. Z.B. auch im Netz, etwa in Chats oder in Kommentaren zu Blogs, werden Mädchen und Frauen sexuell belästigt. Mit dem Posting „Du schwule Sau“ kann man dort genauso diffamiert und zum Schweigen gebracht werden wie im sog. „real life“: Auch hier wird Geschlecht, werden Geschlechterverhältnisse und vergeschlechtlichte Identitäten hergestellt. Deirdre Kelly et al. (2006)¹⁴ fanden aber auch wenige Mädchen, z.B. Freundinnen-Paare, die sich aktiv gegen sexuelle Belästigung zur Wehr setzten und andere Formen der Rebellion

¹² Flooding, d.h. Überfluten mit dem Angst-Reiz, ist eine Form von Verhaltenstherapie bei Angststörungen.

¹³ Dabei üben sie Identifikationen und ihre Zurücknahme, Empathie und Distanzierung: Probehandeln und Probefühlen: „identitätstiftende Aneignung“ so Wierth-Heining (2004) zu seinem Film-Experiment mit Mädchen.

¹⁴ Qualitative Interviews mit 16 städtisch-kanadischen Mädchen verschiedener Rassen, die sich als „computer girl“ bezeichneten. Untersuchung im Rahmen einer größeren Studie zu „Girl Power“ (Prozesse, die Mädchen empowern oder disempowern) in Schulen, v.a. in informellen peer group Interaktionen.

gegen betonte Weiblichkeit (Connell) zeigten; damit bekamen sie auch online oft Schwierigkeiten. Sie ließen sich davon aber nicht abschrecken.

Sich als Mädchen bzw. Junge, eine bestimmte Art von Mädchen oder Junge, darstellen und fühlen und so wahrgenommen und akzeptiert oder nicht akzeptiert werden, das ist jugendliches doing gender oder performatives Schaffen von Geschlecht.

Doing gender ist für Jugendliche eine ganz besonders zentrale Sache: Denn in der Aneignung ihres sich verändernden Körpers, in der Auseinandersetzung mit Sexualität, mit Männlichkeit und Weiblichkeit geht es um die **Entwicklung von Geschlechtsidentität** – eine der zentralen „Entwicklungsaufgaben“ der Jugend.

Im Internet entstehen wieder **Männerräume** (z.B. Gewalt-Computerspiele, LAN-Parties) und – weniger – auch **Frauenräume**, etwa die Frauennetzwerke (Schachtner 2005) oder über eigene Webseiten vernetzte Fangemeinschaften. Häufiger sind Frauenräume in Form von kommerziell angebotenen Fan-Communities für einen männlichen Popstar, eine Boygroup usw.

Popkultur und ihre Medien sind insbesondere für Kinder und Jugendliche von hoher Wichtigkeit: Von ihnen beziehen die Peer-Kulturen **Anregungen auch für die Enaktierung von Weiblichkeiten und Männlichkeiten**. Popkulturen u.a. medial geprägte Jugendkulturen, Musik, Video- und Computerspiele (nicht nur TV) sind allerdings vielschichtig zu interpretieren!¹⁵

5. Beispiele

1. Beispiel: Männlichkeitskulturen - LAN-Parties als Räume des Übens von Männlichkeitspraktiken

LAN-Parties führen fast ausschließlich junge Männer zum gemeinsamen Spielen von Computerspielen an einen Ort. **Die „ernsten Spiele des Wettbewerbs“ in homosozialen Gruppen** kann man nach Bourdieu (vgl. Meuser 2006) als klassische Institution der Männlichkeitsherstellung verstehen. Der geregelte Wettstreit und **männlich konnotierte Technik** auf LAN-Parties vermitteln im Informationszeitalter eine Form von Männlichkeit, die fit macht für den Arbeitsmarkt, speziell den EDV-Bereich. Die Teilnehmer lernen, sich selbst als Gruppe mit **aufwendigem technischen Equipment** zu organisieren; sie üben bei diesen Treffen den Umgang mit Software und Hardware sowie die **Vernetzung der PCs**, in ihren Spielgruppen auch **Teamarbeit und strategisches Denken**, sagt Vogelgesang (2004¹⁶). Jansz/Martens (2005) befragten 1200 Teilnehmer eines LAN-Events¹⁷. Diese spielten durchschnittlich 2,6 Stunden pro Tag, waren also „heavy users“, die bes. Egoshoooter-Spiele liebten. Jansz/Martens meinen, die männliche Kultur der Gewalt und der Einschränkung von

¹⁵ Böhnisch (2004) macht es sich zu einfach, wenn er unterstellt, dass sie nur traditionell-männliche Bedürfnisse bedienen.

¹⁶ Vogelgesang selbst analysiert LAN-Parties ohne jeden Geschlechtsbezug.

¹⁷ In Holland, bei einem riesigen-LAN-Event 2002; quantitative Befragung: wer waren die Spieler, warum nahmen sie teil? Von ca. 1200 Teilnehmern waren 30 weiblich! Junge Männer zwischen 11 und 35, Durchschnitt 19,5 Jahre, bei Eltern lebend, ältere mit Beziehungen und unabhängig lebend. Sie spielten durchschnittlich 2,6h täglich, was im Vergleich zu anderen europäischen und amerikanischen Studien viel ist: Die Teilnehmer sind „heavy users“. Spieler waren stark sozial motiviert: direkter Kontakt statt allein spielen. Wettbewerb bei den meisten nicht im Vordergrund, wohl aber bei besonders heavy players und besonders häufigen LAN-Teilnehmern.

Gefühlsausdruck schrecke Frauen ab. Sie resümieren: „The practice of male bonding will contribute to a dominant manifestation of masculinity“ (S. 350).

Ähnliche Strukturen dürften sich bei vernetzten Online-Spielen bilden, die zunehmend beliebter werden.

Aber das ist nur eine Ebene und Interpretationsmöglichkeit.

Wie Winter/Neubauer (2002) aufzeigen, haben Jungen keineswegs nur die immer wieder betonten „männlichen“ Bedürfnisse und Verhaltensweisen, sondern sie suchen oft nach weniger stereotypen, eingegrenzten Formen, männlich zu sein. Es mangelt aber dafür an sozialer Unterstützung und Identifikationsmöglichkeiten. Dafür könnte sich Raum in den neuen Medien finden.

Es folgen ethnographische Studien.

**2. Beispiel: Ein Website-Netz weiblicher Fankultur:
kreative Schaffung eines eigenen (öffentlichen) Raums gegenseitiger Unterstützung –
und Performanz heterosexueller adoleszenter Weiblichkeit**

Sharon Mazzarella (2005b) untersuchte Homepages von Mädchen im Teenage- und Preteen-Alter, die Fans eines amerikanischen Popstars (Chad Michael Murray) waren, also nicht die Unmenge der Seiten für Mädchen, sondern von Mädchen selbst kreierte Seiten.¹⁸ Die Webseiten¹⁹ bildeten eine Community; die Fan-Mädchen vernetzten und unterstützten sich darüber gegenseitig. Die neue Technologie gibt ihnen kreative **Macht, die Macht, sich einen eigenen öffentlichen Raum zu schaffen**, unabhängig und unbehelligt von Jungen, wo sie offen und frei diskutieren können, was ihnen wichtig ist.

Viele Mädchen partizipieren an der Fan Community durch Seiten-Besuche, Zuschicken von Bildern usw. oder durch Feedback geben. Die Site-Eigentümerinnen kontrollieren die Konstruktion der Kultur ihrer Fanseiten und teilweise auch der Fan Community, sie wachen streng über die Grenzen der Mädchen-Fan-Community. Hier können die Mädchen sich selbstbestimmt präsentieren und tun das auch selbstbewusst. Dabei spielt Schönheit keine statusbestimmende Rolle (!), sondern Wissen über den Star. Die Seiten zelebrieren nicht nur den Popstar, sondern auch Mädchen, ihr Fantum und ihre Rolle als kulturelle Produzentinnen.

Aber der Raum ist eine **Reproduktion der massenmedial produzierten Definitionen von Berühmtheit und romantischer Liebe** (celebrity, romance and fantasy). Die unendlich vielen Bilder „dienen einer sexuellen Funktion auf der Basis des Schauens“ (so Angela McRobbie 1991, S.171, zit. von Mazzarella S.148). Die Homepages haben eine Funktion für die sexuelle Entwicklung: Die Site-Produzentinnen kontrollieren ihre auftauchenden romantisch-sexuellen Gefühle. Sie konstruieren sich ein romantisches Idol, einen „netten Kerl“ (romantischer Individualismus nach McRobbie). Das ungeheure Interesse an persönlicher Information über den Popstar ermöglicht den Mädchen, sich zu fühlen, als wenn sie ihn persönlich kennen würden (wie bei BRAVO). Sie bauen also eine Fantasie-Beziehung auf: das ist Einübung in die heterosexuelle Norm.²⁰

Es ergibt sich also ein sehr **widersprüchliches Bild**:

¹⁸ Mazzarella arbeitet mit McRobbies (1991) Konzept des „romantischen Individualismus“ in den Popkultur-Magazinen. Es gilt auch heute, und auch für Inhalte, die von Mädchen selbst produziert werden.

¹⁹ Sie waren von Mazzarella per Schneeballsystem gefunden worden.

²⁰ Das erinnert an Fritzsche/Tervooren 2006, wobei es hier eindeutiger um heterosexuelle Identitäten geht.

Die Mädchen **performieren die massenmedial konstruierte adoleszente heterosexuelle Weiblichkeit** – aber nie als perfekte Kopie, sondern immer **auch Neues, Produktives, Widerständiges**, wie Butler sagen würde. **Sie schaffen sich einen öffentlichen Mädchen-Raum** – Mazzarella (2005c) sieht überhaupt das Web als sicheren öffentlichen Raum für Mädchen – **sie unterstützen sich gegenseitig**, und machen sich – in diesem Raum – **unabhängig von Erwachsenen und Jungen: ein Stück mehr selbstkontrolliertes Aufwachsen von Mädchen.**

3. Beispiel: Identitätskonstruktion von Mädchen über Instant Messaging

Instant Messaging (im folgenden IM) wird sehr schnell zum präferierten Kommunikationstool für Teenager und ganz besonders für Mädchen neben dem Handy (so auch Clark 2005). IM ist so etwas wie ein privates, personalisiertes Chat. Da die Gespräche protokolliert werden, kann es auch als interaktives Tagebuch benutzt werden.

Shayla Thiel (2005) hat in einer feministisch-ethnographischen Studie die IM-Nutzung von amerikanischen Mädchen untersucht²¹: Mittels IM kann ein Mädchen, während es zu Hause am PC Hausaufgaben macht, mit ihren FreundInnen, etlichen gleichzeitig, textbasiert kommunizieren, während die Eltern denken: Sie ist fleißig bei den Hausaufgaben. IM ist Realzeit-Kommunikation im Freundeskreis und ein perfektes Mittel, um in konstantem Kontakt ein Peer-Netzwerk zu pflegen.

IM ist ein Raum frei von Erwachsenen-Überwachung und -Interferenz. Die Mädchen umgehen die elterlichen Kontrollen, sie gewinnen das Gefühl, Kontrolle über ihre Umwelt zu haben. Über IM können die Mädchen **optimal ihr FreundInnen-Netz pflegen. Es ist ein Mittel, ihren sozialen Status in der Gruppe zu erhöhen**: durch die Art des Schreibens oder durch Prahlern – und manchmal auch Übertreiben –, wieviele Gespräche sie führen.

IM ist aber auch potentiell ein **weiteres Medium der Exklusion**: Wer keinen technischen Zugang hat, ist draußen aus den engen Netzwerken. Und man kann jemand blocken, d.h. ausschließen, radikaler als aus der Kommunikation in der Schule oder der Clique.

IM erlaubt, wie alle textbasierten Medien, den Mädchen **Kontrolle über ihre Selbstdarstellung**, da ihr physischer Körper unsichtbar bleibt. Da es den Mädchen darum geht, ihre „wahre“ Identität zu zeigen und da sie mit Bekannten kommunizieren, spielen sie nicht mit alternativen Identitätsdarstellungen. Was sie tun, ist **Identitätskonstruktion und Verhandeln von Identitäten**. Sich zeigen und so akzeptiert zu werden, heißt ja, **eine reale Identität-in-den-Augen-der anderen konstruieren.**

Allerdings **experimentieren sie gegenüber verschiedenen Kommunikationspartnern** in Ton und Inhalt und konstruieren damit **situative Identitäten**, manchmal sehr disparat nach Gesprächspartner: Nikki etwa, 15 Jahre, redet zu einem Freund vom Kirchen-Zeltlager über Versuchung und Sünde durch provokative Kleidung. Aber von einem populären Mitschüler lässt sie sich gern „hottie“ nennen und deutet an, dass sie sich mit ihm am nächsten Wochenende davonmachen wird. Wenig später sagt sie einem älteren männlichen Freund, sie sei scheu und fleißig. Solche Identitätsverhandlungen an verschiedenen Fronten sind typisch für adoleszente Mädchen, aber das technische Tool macht es ihnen besonders leicht, blitzschnell **mit ihrer Selbstdarstellung je nach Situation zu experimentieren.**

²¹ Thiel geht von den Cultural Studies aus, sie arbeitet mit einer Methoden-Kombination: Tiefeninterviews, auch mehrfachen Interviews, ge-emailten Protokollen von IM-Konversationen, beides auf kulturelle Narrationen hin analysiert. Basis: 56 8-18jährige (davon 12 8-11jährige) Mädchen verschiedener Rassen und sozialen Hintergründe (wobei es gemäß dem „digital divide“ schwer war, solche in unteren sozialen Schichten zu finden), aus verschiedenen Regionen der USA.

Mittels IM können die Mädchen mit Sexualität experimentieren und entspannter mit dem anderen Geschlecht kommunizieren: Sie geben sich zeitweise log-in-Namen, die mit Sexualität zu tun haben („Leanne ist SEXY!“ oder Zitate aus Rap-Songs), reden viel über Jungs und Sexualität – wie sonst Mädchen auch, vielleicht offener. Gegenüber Jungen **trauen sie sich mehr auszudrücken**, weil die mimischen Ausdrücke hinüber und herüber fehlen. Sie spielen auch schon mal mit lesbischen Andeutungen, aber in Form der männlichen Fantasien über Lesben. Sie trauen sich mehr zu sagen als sonst, auch zu fluchen: Sie **überschreiten – ein wenig – die Normen hegemonialer Weiblichkeit**. (Es gibt allerdings laut Literatur einen Trend, dass sich Mädchen aggressiver zeigen, als es den hegemonialen Weiblichkeitsnormen entspricht, s. „Bad Girls“). IM ist für Mädchen **ein sicherer, ein empowernder Raum**. Aber **patriarchale Geschlechterdiskurse** bestimmen auch diesen Raum: Da geht es immer wieder um männliches Begehren; viele Gespräche zwischen den meisten Mädchen drehen sich um Aussehen, Gewicht und Essen. Und Mädchen übernehmen immer wieder fürsorgliche Rollen – Jungen so gut wie nie.

Auch IM ist also ein widersprüchlicher Raum: Einerseits ist er ein sicherer Raum, mit der Chance zum Empowerment für Mädchen: Stärkung ihres Selbstbewusstseins, Unterstützung bei der Identitätsbildung. **Andererseits wird er durch patriarchale Diskurse strukturiert.** Thiel konstatiert: Es gibt auch hier **keine Alternative zu patriarchalischen Diskursen und vergeschlechtlichten Subjektpositionen:** Romantische Liebe, Konsum und Konstruktion durch das (heterosexuelle) Auge des anderen Geschlechts scheinen für adoleszente Mädchen weiterhin die dominanten Vorentwürfe zu sein.

Lynn Clark (2005)²² meint: **Konstanter Kontakt mit Peers ist überhaupt das Prinzip, das den Gebrauch neuer Medien durch Mädchen organisiert.** Und auch der konstante Kontakt ist ambivalent: Er hilft ihnen, **sich in gesellschaftlichen Veränderungsprozessen zu stabilisieren.** Aber er bringt die dauernde Sorge hervor, sich richtig zu verhalten, durch Peers positiv bewertet zu werden: Das ist ein **enormer Anpassungsdruck**, der Widerständigkeit unterdrückt.

Jugendkulturen, auch mediale, sind daher verwirrend für Mädchen, die einerseits eine „eigene“, für sie angenehme (comfortable) Identität konstruieren wollen, aber sich andererseits an die perfekten Mädchen- und Frauen-Vorstellungen der Medien und der Peers anpassen wollen.

4. Beispiel: Blogs – Selbstentdeckungsräume für iranische Jugendliche und Frauen jenseits des gesellschaftlichen Zwangs zur Camouflage

Hier möchte ich über eine Studie von Masserat Amir-Ebrahimi (2006) über die Bedeutung von Weblogs für iranische Jugendliche und Frauen berichten.²³ Weblogs sind im Iran immens populär, v.a. bei Mittelschicht-Jugendlichen und -Frauen. Sie suchen im halb-privaten Bereich der Weblogs ihr Selbst und festigen neue Identitäten – denn sie sehen ihre „wahren“ Identitäten in der realen Öffentlichkeit, die von der Theokratie rigide kontrolliert wird, unterdrückt.

Unter der Oberfläche der „Islamischen Republik“ verändert sich die iranische Gesellschaft, v.a. die Jugend. Das hat ständiges Rollenspiel zur Folge; man ist sozusagen immer mit Maske. An verschiedenen Orten, zu verschiedenen Tageszeiten, gegenüber verschiedenen

²² Clark forschte auch über Instant Messaging, mittels qualitativer Interviews mit 44 Teens (11-18 Jahre) und 12 Pre-teens (8-11 Jahre). Sie untersuchte Praktiken, die – und wie sie – aus den Anforderungen der Peer Kontexte der Jugendlichen entstehen.

²³ Untersuchungszeitraum 2002-2004.

Interaktionspartnern muss man sich nach ganz unterschiedlichen „modernen“ oder traditionellen Codes präsentieren. Jugendliche und Frauen haben die vorgeschriebenen Performances übernommen und in homöopathischen Dosen verändert. Aber das erzwungene Spiel so vieler widersprüchlicher Rollen hat eine Identitätskrise v.a. bei jungen Leuten, die nur die Islamische Republik kennen, hervorgerufen, meint Amir-Ebrahimi. Es gibt eine drängende Suche nach Identität. Nach 30 Jahren der Konformität, der Camouflage und sozialen Unsichtbarkeit ist die Entwicklung oder Redefinition der „wahren“ Identität (oder des Selbst) schwierig. Es gibt dafür kein Modell und keinen Ort – außer im Internet.

In Blogs ist die **Präsentation verschiedener, auch unterdrückter Selbst-Schichten** und deren Diskussion über Kommentare möglich. Mittels der Archive kann man sich selbst, den Prozess seiner Selbstkonstruktion verfolgen, und andere können das auch. Man lernt die eigenen Gedanken und Wünsche, Haltungen etc. kennen und als einzigartig schätzen; es entsteht evtl. eine klarere Identität als im physischen Leben. Verborgenes, Vielfalt wird deutlich: unterdrückte Seiten, geträumte Seiten. Über die Zeit entsteht ein **vielseitiges Selbst – eine narrative Identität**, die man dann oft auch im physischen Leben respektiert. Das ist nicht vorübergehend wie in Chats, sondern eine Identität kristallisiert sich heraus; sie wird oft zur „zweiten Identität“ der SchreiberInnen (vgl. Rebecca Blood, www.rebeccablood.net/index.html):

Das Internet wird im Iran zum virtuellen Spiegel, wo man sich sieht, wie man ist oder sein will oder das, was bisher zensiert war. Alle zensieren sich selbst, aber wie und inwieweit, entscheiden sie selbst.

Das ist befreiend besonders für Frauen, die im Iran so stark reglementiert werden und so viel von sich verbergen müssen: Sie können sich in ihren verborgenen Schichten zeigen, ja sie haben auch schon einmal das Gefühl, dass sie da erst real werden. Befragte Männer fanden reales und virtuelles Selbst nicht so unterschiedlich, weil sie auch real nicht so sehr aufgezwungene Masken präsentieren müssen.

Die meisten Frauen-Blogger wollen v.a. ihre Anonymität und Unabhängigkeit bewahrt sehen. Denn die Selbstzensur folgt den kulturellen Regeln des realen Lebens: Die meisten Männer schreiben nicht persönlich, allerdings gibt es viele junge Männer, die das ostentativ tun – wird da eine neue Männlichkeit ausgebildet?. Männer schreiben auch über ihre Frauen-Beziehungen und Sex-Erfahrungen, bei Frauen dagegen wird Entsprechendes als vulgär angesehen, und sie unterlassen es. Männer schreiben viel eher als Frauen unter ihren richtigen Namen. Wenn Frauen das tun (oder herausgefunden werden), haben sie bald dieselben Beschränkungen wie im Alltag. Frauen, die als Blogger bekannt werden, nehmen noch eine oder mehrere andere Blog-Identitäten an oder hören auf²⁴. Der virtuelle Raum wird dann zur Repräsentation des realen sozialen Raums, wo die Individualität der Person annihiliert wird. Für Frauen ist Ehrlichkeit mit sich selbst eine Erfahrung aus dem Internet, die sie nicht aufgeben wollen. Nach längerer Zeit des Bloggens fällt ihnen die Enge der realen Welt des Iran sehr schwer: Sie haben sich verändert – ein Sozialisationseffekt des Bloggens.

Weblogs sind eine **neue öffentliche Sphäre im Iran geworden, wo Frauen diskutieren können**, und für die einzelnen Spiegel und Entwicklungschance ihrer Identität. Für die **jungen Leute** entsteht so eine **neue Ordnung, die auf Achtsamkeit für das Selbst und Selbst-Verstehen beruht und ein Gefühl von Freiheit vermittelt: Da entstehen neue selbstreflexive Subjektivitäten**²⁵.

²⁴ Z.B.: Bei einer Bloggerin, die sich als „Mutter“ präsentierende und als solche bekannt war, wurde nicht akzeptiert, dass sie über sich als Frau sprach, dazu musste sie eine andere Identität in einem anderen Weblog annehmen.

²⁵ Zu Weblogs in USA und Deutschland vgl. Herring u.a. 2004, Eckart/Vogt 2005, Lenhart/Fox 2006.

So kann das Internet, v.a. für marginalisierte Gruppen wie Jugendliche und Frauen, zu einem „realeren“ Ort als das Alltagsleben werden, zu einem **Ort des Widerstands und des Empowerment**. „Im Iran ist das Internet zum Schlüsselort für die Wiederentdeckung des Selbst, Sozialisation, Dialoge und die Schaffung von sozialem Leben (...) geworden“, konstatiert Amir-Ebrahimi (S.25).²⁶

In Gesellschaften und Kulturen, in denen der Bewegungsradius von Mädchen und Frauen beschränkt ist, kann das Internet – jedenfalls für die Privilegierten – den Zugang zur Welt verschaffen. Die befreiende Funktion des Internet für Frauen und Mädchen ist wohl umso stärker, je mehr sie kulturell beschränkt und ins Haus eingeschlossen werden, je weniger eigene Stimme ihnen zugestanden wird: Es ist ein virtueller Zugang zur Welt, zur Öffentlichkeit, auch zum anderen Geschlecht – sofern sie Zugang zur Technologie haben.

Nach einer Studie von McMillin (2005)²⁷ nutzen z.B. indische Teenager-Schülerinnen der oberen Schichten/Kasten in Bangalore begeistert das Internet zum Surfen und zur Informationssuche, zum Mailen und Chatten, d.h. zum Kontakt mit fernen Familienmitgliedern und FreundInnen und als Möglichkeit, virtuell einem öffentlichen Raum betreten zu können, während sie physisch geschlechtsangepasst zu Hause bleiben²⁸. Die Internetnutzung ist wesentlich für den Ausdruck ihrer Identität²⁹ und Möglichkeit zur Überschreitung der Grenzen, die ihnen qua Geschlecht gesetzt sind. So etwas gibt es auch in so restriktiven Ländern wie Saudiarabien: Verbindung von traditionellen Geschlechterpraktiken und virtuellen Grenzüberschreitungen – wie gehen die Mädchen und Frauen mit diesen Widersprüchen und Spannungen um? Über die Sozialisations-Auswirkungen kann man nur spekulieren.

Aus dieser Auswahl, die ich hier präsentiert habe, ziehe ich den Schluss:

In den Neuen Medien/Technologien stellen sich die Geschlechterkonstruktionen als ein widersprüchliches Verhältnis von Traditionellem einerseits und andererseits Erweiterungen und Grenzüberschreitungen dar, sehr variabel nach tool, kulturellem Kontext usw.

In Bezug auf neue Medien als Sozialisationsräume/Räume der Subjektkonstitution gibt es noch viel zu forschen, insbesondere auch mit Blick auf Männer und Männlichkeiten, zumal immer neue Tools und Communities entstehen.

Literatur

²⁶ Weblogs zeigen nach Amir-Ebrahimi wichtige Trends, Begehren und Veränderungen in den Subjektivitäten junger IranerInnen und ihren Kampf gegen die Grenzen der Diskurse. Dabei entstehen allerdings auch neue Begrenzungen, Selbstzensur und Entmächtigung.

²⁷ Fragebogen und ethnographische Studie: Teilnehmende Beobachtung, Interviews in IN-Cafés, Telefon-Interviews, Analyse von Essays der TeilnehmerInnen

²⁸ Indische Mädchen verbringen 2/3 ihrer Freizeit zu Hause oder in anderen privaten Räumen, Jungen die Hälfte draußen. Internetnutzung ist nur ein kleiner Teil ihrer Freizeit, aber überproportional wichtig für sie.

²⁹ ihrer Teilhabe an der technologisch fortgeschrittenen Elite, ihrer kritischen Einstellung zu TV-Serien und ihres Konsums als Ausdruck von Distinktion.

- Amir-Ebrahimi, Masserat (2006), Performance in everyday life and the rediscovery of the „self“ in Iranian Weblogs. In: Medien & Zeit, vol. 21, (4), S. 23-31
- Bachmann, Klaus (2007), Was den Menschen prägt. In: Geo 04/2009, S. 144-178
- Bilden, Helga/Dausien, Bettina (Hg.) (2006), Sozialisation und Geschlecht. Theoretische und methodologische Aspekte. Opladen u.a.
- Böhnisch, Lothar (2004), Männliche Sozialisation. Weinheim
- Breuer, Hubertus (2005), Die gute Seite. Koordination, Geduld, Sozialgefühl – Computerspiele fördern nicht nur Gewalt. In: SZ vom 15.9.2005, S. 11
- Brown, Lyn M./Gilligan, Carol (1984), Die verlorene Stimme. Wendepunkte in der Entwicklung von Mädchen und Frauen. Frankfurt a.M. u.a.
- Burkart, Günther (2000), Mobile Kommunikation. Zur Kulturbedeutung des „Handy“. In: Soziale Welt Jg. 52, S. 209-232
- Cassell, J./Jenkins, H. (eds.) (1999), From Barbie to mortal combat. Gender and computer games. Cambridge, MA
- Clark, Lynn Schofield (2005), The constant contact generation. Exploring teen friendship networks online. In: Mazzarella (ed.), S. 203-222
- Collmer, Sabine (1997), Computerkultur und Geschlecht. Die Aneignung des Computers aus der Sicht von Frauen und Männern. In: Schachtner (1997a), S. 149-168
- Detering, Stephanie/Kleedörfer, Daniela/ Petzold, Matthias (2006), Handynutzung im Grundschulalter. Eine empirische Pilotstudie. In: MERZ (Medien & Erziehung), 50. Jg. (2), S. 43-49
- Duval, Bettina (2005), Community: Gemeinschaft im Netzwerk. In: Schachtner (Hg.)(2005), S. 57-78
- Eckert, Svea/Vogt, Jenny (2005), Identität Blogger. Zwischen Exhibitionismus und Offenheit. In: Zeitschrift für Medienpsychologie, vol. 17, S. 157-160
- Fritzsche, Bettina/ Tervooren, Anja (2006), Begehrendynamiken in der Sozialisation. Perspektiven des Performativen. In: Bilden/Dausien (Hg.), S. 139-162
- Garcia-Montes, José/ Caballero-Munoz, Domingo/Pérez-Alvarez, Marino (2006), Changes of the self resulting from the use of mobile phones. Media, Culture & Society, vol. 28 (1), S. 67-82
- Gille, Martina/Sardei-Biermann, Sabine/Gaiser, Wolfgang/de Rijke, Johann (2006), Jugendliche und Erwachsene in Deutschland. Lebensverhältnisse, Werte und politische Beteiligung. Wiesbaden
- Goffman, Erving (2003): Wir alle spielen Theater: die Selbstdarstellung im Alltag. München
- Götz, Maya (2002a), ‘Alles Seifenblasen’? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München
- Götz, Maya (2002b), Die Daily Soap als Begleiterin durch die weibliche Adoleszenz. In: Götz (2002a), S. S. 303-318
- Hagemann-White, Carol (1993), „Die Konstrukteure des Geschlechts auf frischer Tat ertappen“? Methodische Konsequenzen einer theoretischen Einsicht.. In: Feministische Studien, 11. Jg., S. 68-78
- Herring, Susan C./Scheidt, L.A./Bonus, S./Wright, E. (2004), Bridging the gap. A genre analysis of Weblogs. <http://www.ics.edu/~jpd/classes/ics234cw04/herring.pdf> (nach Neumayer 2005)
- Hipfl, Brigitte/Klaus, Elisabeth/Scheer, Uta (Hg.) (2004), Identitätsräume. Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Bielefeld
- Hurrelmann, Klaus (2006), Einführung in die Sozialisationstheorie. Weinheim u.a.
- Jagodzinski, Jan (2004), Identitäten im Cyberspace. Ein psychoanalytischer Zugang. In: Hipfl/Klaus/Scheer (Hg.), S. 338-365
- Jansz, Jeroen/Martens, Lonke (2005), Gaming at a LAN event. In: New Media & Society, vol. 7 (3), S. 333-355

- Katz, James (ed.), *Machines that become Us. The social context of personal communication technology*. New Brunswick, London
- Kelly, Deirdre M./Pomerantz, Shauna/Currie, Dawn, H. (2006), "No boundaries?" Girls' interactive online learning about femininities. In: *Youth and Society*, vol 38, S. 3-28
- Klaus, Elisabeth (2004), *Sexed/gendered Bodies und die Medien in der Perspektive der Kommunikationswissenschaften*. In: Hipf/Klaus/Scheer (Hg.), S. 165-171
- Kyriakidis, Nikolaos (2005), *Fun, anyone? Jugendliche Sozialisation und die Faszinationskraft von Video- und Computerspielen*. Bochum u.a.
- Lang, Claudia (2006), *Intersexualität. Menschen zwischen den Geschlechtern*. Frankfurt/M.
- Lenhart, Amanda /Madden, Mary (2007), *Teens, privacy and online social networks*. www.pewinternet.org (1.5.07)
- Lenhart, Amanda/Fox, Susannah (2006), *Bloggers: A portrait of the internet's new storytellers*. www.pewinternet.org (1.5.2007)
- Ling, R /Yuri,B. (2002), *Hypercoordination via mobile phones in Norway*. In: J. Katz/M. Aakhus (eds.), *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge, S.139-169
- Manovich, Lev (2002), *The language of the new media*. Cambridge, MA
- Mazzarella, Sharon R. (ed.) (2005a), *Girl wide web. Girls, the internet and the negotiation of identity*. New York u.a.
- Mazzarella, Sharon R. (2005b), *Claiming a space. The cultural economy of teen girl fandom on the web*. In: Mazzarella (ed.), S. 141-160
- Mazzarella, Sharon (2005c), *Introduction. It's a girl wide web*. In: Mazzarella (ed.) (2005a), S. 1-12
- McMillin, Divya, C. (2005), *Teen crossings. Emerging cyberpublics in India*. In: Mazzarella (ed) (2005a), S. 161-178
- McRobbie, Angela (1991), *Feminism and youth culture. From Jackie to just seventeen*. Boston
- Meuser, Michael (2006), *Riskante Praktiken. Zur Aneignung von Männlichkeit in den ersten Spielen des Wettbewerbs*. In: Bilden/Dausien, S. 163-178
- Neumayer, Monika (2005), *Wiki & Weblogs: Aus dem Nähkästchen virtueller Vernetzung*. In Schachtner (Hg.), S. 101-118
- Oksmann, Virpi/Turtainen, Pirjo (2004), „Perhaps it is a body part“. *How the mobile phone became an organic part of the everyday lives of Finnish children and teenagers*. In: Katz (ed.), S. 293-308
- Pritsch, Sylvia (2004), *Virtuelle Gefährtinnen in der Cyberwelt: „Digital Beauties“ als Allegorien des Posthumanismus*. In: Hipfl/Klaus/Scheer (Hg.), S. 222-241
- Röser, Jutta /Wischermann, Ulla (2004), *Medien- und Kommunikationsforschung: geschlechterkritische Studien zu Medien, Rezeption und Publikum*. In: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hg.) (2004), *Handbuch der Frauen- und Geschlechterforschung*. Wiesbaden, 633-638
- Schachtner, Christina (Hg.)(1997a), *Technik und Subjektivität. Das Wechselverhältnis zwischen Mensch und Computer aus interdisziplinärer Sicht*. Frankfurt/M.
- Schachtner, Christina (1997b), *Per Maus in die Erwachsenenwelt. Sozialisation am Computer*. In: Schachtner (Hg.)(1997a), S. 128-148
- Schachtner, Christina (Hg.)(2005), *Erfolgreich im Cyberspace. Handbuch virtuelle Mädchen- und Frauenräume*. Opladen
- Scheu, Ursula (1977), *Wir werden nicht als Mädchen geboren, wir werden dazu gemacht. Zur frühkindlichen Erziehung in unserer Gesellschaft*. Frankfurt/M
- Schott, G.R. /Horrell, K.R. (2000), *Girl gamers and their relationship with the gaming culture*. In: *Convergence*, vol. 6, S. 36-54
- Theunert, Helga (1996), *Gewalt in den Medien – Gewalt in der Realität*. München

- Theunert, Helga (2005), Aufwachsen mit Bilderwelten im interdisziplinären Fokus. Die Perspektive der Medienpädagogik. Vortrag auf der Fachtagung „Bilderwelten im Kopf“ München 5.11.2005
- Thiel, Shayla Marie (2005), „IM Me“. Identity construction and gender negotiation in the world of adolescent girls and Instant Messaging. In: Mazzarella (ed.), S. 179-202
- Tully, Claus (2004), Neue Lernkonzepte in der Informationsgesellschaft? Eine Einführung. In: Tully (Hg.), Verändertes Lernen in modernen technisierten Welten. Organisierter und informeller Kompetenzerwerb Jugendlicher. Wiesbaden, S. 11-25
- Turkle, Sherry (1998), Leben im Netz: Identität in Zeiten des Internet. Reinbek
- Vogelgesang, Waldemar (2004), LAN-Parties: zwischen jugendkultureller Selbstbestimmung und informellem Lernen. In Tully (Hg.), S. 57-86
- Wie, Ran/Lo, Ven-Hwei (2006), Staying connected while on the move: Cell phone and social connectedness. In: New Media and Society vol. 8 (1), S. 53-72
- Wierth-Heining, Mathias (2004), Filmrezeption und Mädchencliquen. Medienhandeln als sinnstiftender Prozess. München
- Winter, Reinhard/Neubauer, Gunter (2002), Da kannst Du mal sehen... Jungen und Soaps. In: Götz (ed.) (2002a), S. 319-344
- Yoon, Kyongwon (2006), The making of neo-konfucian cyberkids: Representations of young mobile phone users in south Korea. In: New Media vol 8 (5), S. 753-772
- Zinnecker, Jürgen (2000), Selbstsozialisation –Essay über ein aktuelles Konzept. In: ZSE, vol .20, S. 272-290