

# Multimedia und Mädchen

von Horst Heidtmann

*Der Computer galt bislang als "männliches" Medium, das Internet als "Männerterritorium". Durch nachhaltige Veränderungen der gesellschaftlichen Kommunikation haben sich in den vergangenen Jahren auch Stellenwert und Funktion von Personalcomputern im Alltag geändert. Hat dies Auswirkungen auf die Medienkompetenz von Mädchen, auf ihren Umgang mit Multimedia?*

Seit Anfang der 90er Jahre boomt in den USA der Markt für Multimedia-Hardware für Personalcomputer, was die Voraussetzungen für einen expandierenden CD-ROM-Markt schuf. In den USA liegt der Ausstattungsgrad der Haushalte mit Computern gegenwärtig bei über 50 Prozent. Die Hälfte von ihnen, also mehr als ein Viertel aller amerikanischen Haushalte verfügt bereits über einen eigenen Online-Anschluß. In Deutschland besitzen Mitte 1998 etwa 30 Prozent der Haushalte einen PC, fünf Millionen davon mit CD-ROM-Laufwerk, also multimediatauglich. Mehr als 5 Prozent der bundesdeutschen Haushalte haben direkten Zugriff auf das Internet.

*Der typische Internet-Nutzer ist nicht weiblich...*

Theoretisch könnte also der größte Teil der Bevölkerung direkt sowie über Online-Cafés oder PCs in öffentlichen Einrichtungen Multimedia-Anwendungen nutzen. Neuere Umfragen bestätigen jedoch immer noch, dass die Computernutzung vom Geschlecht abhängig ist. Von Frauen und auch von Mädchen im Alter zwischen 13 und 17 Jahren wird bei den mit Präferenz genutzten Freizeitmedien der PC gar nicht (oder maximal von drei Prozent) genannt. Nach einer aktuellen Erhebung lassen sich jedoch 31 Prozent der Mädchen den PC-Intensivnutzern zurechnen, bei gleichaltrigen Jungen sind es doppelt so viele, 62 Prozent. (Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest)

Nach übereinstimmenden Ergebnissen von Umfragen der deutschen Online-Dienste ist der typische Internet-Nutzer hierzulande männlichen Geschlechts, Anfang bis Mitte 30, hat Abitur oder Hochschulabschluß und ein überdurchschnittliches Einkommen. Der Anteil von Frauen liegt bei 5 bis 10 Prozent. Wenn Schulen sich mit eigenen Web-Sites im Internet präsentieren, findet man zahlreiche Beiträge von Jungen, aber fast keine von Mädchen. Für die Internet-Seiten von 57 Gymnasien in NRW, die 1997 im Netz präsent waren, zeichneten nur zwei Mal Frauen als Webmaster verantwortlich. Mädchen in schulischen wie außerschulischen Computer-AGs klagen immer wieder, daß Jungen die Rechner über lange Zeit besetzt halten, ohne ihnen eine Chance für eigenes Arbeiten zu geben.

*Mädchen auf dem Vormarsch bei Multimedia-Anwendungen*

Kinder werden in unserer Gesellschaft beim Umgang mit neuen Technologien nicht geschlechtsneutral sozialisiert. Jungen erhalten im Regelfall höherwertige technische Geräte, Mädchen verfügen zudem über eine insgesamt deutlich geringere Technikausstattung. Insbesondere Computer werden "häufiger angeschafft..., wenn Jungen im Haushalt leben."

(Karig/Stiehler, S. 85f.) Bisherige Mädchengenerationen fanden nur selten weibliche Vorbilder oder Mentorinnen, die ihnen bei der Aneignung der Computertechnologie Hilfe geben konnten. Hier scheint sich gegenwärtig ein Wandel zu vollziehen, der sich auch in einigen Mediennutzungsstudien widerspiegelt. Erstmals wurde in der "Kids Verbaucher Analyse '95", einer gemeinsamen Marketingstudie der größten Zeitschriftenverlage, bei Mädchen ein höheres Interesse am Umgang mit dem Computer nachgewiesen wird als bei Jungen. Bei der Altersgruppe der Sechs- bis Dreizehnjährigen ist bei den Mädchen sowohl das Interesse am Computerspiel wie auch die Neigung zur Arbeit am PC ausgeprägter als bei den gleichaltrigen Jungen. Danach, mit Beginn der Pubertät, schlägt das Pendel dann um, weisen die männlichen Jugendlichen ein erheblich stärkeres Interesse am PC auf.

Auch durch unsere eigenen (empirisch nicht gesicherten) Beobachtungen bei der Projektarbeit mit Kindern am PC läßt sich dieser Wandel bestätigen. Vor 10 bis 15 Jahren griffen bei Veranstaltungen mit Kindern kleinere Jungen selbstbewußt auf Computerspielkonsolen zu, dominierten und verdrängten die Mädchen, spielten deutlich intensiver und länger am Rechner, versuchten ihre überlegene Kompetenz herauszustellen. Mädchen wandten sich nach kürzerer Zeit vom Computerspiel ab, verloren erkennbar schneller das Interesse am Medium. Diese Beobachtungen machen wir bei Veranstaltungen in neuerer Zeit nicht mehr. Es gibt zwar bereits bei kleineren Kindern divergierende Software-Interessen, im Ansatz erkennbare geschlechtsspezifische Unterschiede bei den bevorzugten Genres und Themen, ansonsten greifen heute Mädchen im Vor- und Grundschulalter selbstbewußt nach Maus und Tastatur. Sie lassen sich am PC auch nicht von quengelnden Brüdern oder männlichen Altersgenossen verdrängen oder beeinflussen, sondern spielen die sie interessierende Anwendung in Ruhe und gelegentlich langdauernd durch.

Eine Ursache hierfür dürfte im veränderten Stellenwert des PCs in den Familien liegen: Ein Computer ist heute weder ein besonders hochwertiges, gar exklusives Statussymbol, noch ist er ein unergründlich-geheimnisvolles technisches Gerät. Er ist vielmehr zum alltäglichen Gegenstand geworden, mit ähnlichem Preis und vergleichbarer Wertigkeit wie der Fernsehempfänger.

Der Rechner dient also im Alltag als Gebrauchsgegenstand für bestimmte Arbeiten und als Medium für spezifische Zerstreuungsangebote. Er steht wie der Fernseher zur Disposition aller Familienmitglieder. Kleinkinder begegnen - unabhängig vom Geschlecht - mit entsprechender Selbstverständlichkeit diesem Gerät und nutzen es wie andere Apparaturen des Haushaltes. Dank der Werbekampagnen von Sega und Nintendo haben Millionen Kinder in den letzten Jahren - unabhängig vom Geschlecht - einen Gameboy oder eine andere Computerspielkonsole geschenkt bekommen.

Die medialen Sozialisationsbedingungen für Mädchen ändern sich also gegenwärtig, nicht zuletzt aufgrund der Einsicht, daß sie später als Erwachsene absehbar mit Computertechnik werden umgehen müssen. Zum anderen hat sich auch das Softwareangebot weiterentwickelt und vervielfacht. Das Computerspielangebot ist nicht mehr ausschließlich gewaltorientiert. Die Spielehersteller übernehmen Stoffe, Motive, Figuren aus der gesamten Kinderpopularkultur. Mädchen finden erstmals Programme, die an ihren Bedürfnisse anknüpfen.

In den USA gehören Multimedia-Anwendungen für Mädchen im Alter zwischen 8 und 14 Jahren zu den meistverkauften CD-ROMs. Bestseller war 1997 mit 360.000 verkauften

Exemplaren "Barbie Fashion Designer", mit Schnittmustern, die sich auf Textilien ausdrucken lassen. Nach dem Erfolg von Mattels "Barbie"-Kreationen bieten in den USA mittlerweile spezialisierte Software-Häuser (wie Purple Moon) etliche Spiele-CD-ROMs, die sich an Themen aus der Mädchenliteratur, aus den 'Romances' orientieren. Mit Stories über Teenie-Bands oder "Beverly Hills, 90210"-Stars im Internet, mit Online-Spielen und Live-Chats gehören Unternehmen wie "Girl Games" oder "Her Interactive" ([www.her-online.com](http://www.her-online.com)) zu den "erfolgreichsten Newcomern im amerikanischen Computergeschäft". (profil 17, 1997)

Für den deutschen Markt sind jetzt die ersten fünf Barbie-CD-ROMs lokalisiert und weitere annonciert worden. Problematisch bleibt allerdings, daß diese Produktionen konventionelle Geschlechtsrollenstereotypen fortschreiben. Barbie "prägt den Code der heterosexuellen Attraktivität,...sie macht den kleinen Mädchen vor, wie sie bald auszusehen und wofür sie sich zu interessieren haben". (Mühlen Achs, S.33.)

### *Erschwerter Zugang zu Multimedia-Offline und -Online - für Mädchen wie für Jungen*

Neben Barbie- und Fisher Price-Püppchen, neben den "Kindern vom Süderhof" und Märchenprinzessinnen finden Mädchen in Multimedia-Programmen kaum spezifische Identifikationsangebote durch weibliche Handlungs- und Sympathieträger. Es dominieren, wie in Comics oder Cartoons, männliche oder geschlechtsneutrale Charaktere. Anthropomorphe Tiere oder Fabelwesen führen durch eine Handlung, erleben Abenteuer. Höchst selten treten realistische, selbstbewußte, zur Identifikation geeignete Mädchenfiguren auf(z.B. auf Sexualaufklärungs-CD-ROM "Bitte nicht stören"), wie man sie in der neueren Jugendliteratur seit Jahren findet.

So wie für jüngere Mädchen das Interesse an Multimedia Offline durch das eingegrenzte Spektrum von Entertainment- und Infotainmentprogrammen nicht in notwendiger Weise stimuliert wird, so erschweren Jugendlichen und jungen Frauen sexistische Inhalte und sexuelle Anmache den Aufenthalt im Netz. In Web-Spielen nutzen manche Spieler die Anonymität auch dazu, "um Grenzüberschreitungen auf aggressive oder verletzende Weise auszuleben". (Musfeld, S. 26.)

Obwohl das Multimedia-Angebot nicht mehr vorrangig von Gewaltspielen dominiert wird, so liegen Spiele doch in den Verkaufscharts weit vorn. Auf die marktführenden Spielprogramme reagieren Frauen und Mädchen deutlich anders als Jungen. In unserer Projektarbeit haben Frauen häufig dezidiert die "männliche Logik" der meisten Spiele kritisiert. Mädchen können sich kaum für Kampfszenen und das ständige Ansammeln von Wertungspunkten begeistern. Sie bewerten - theoretisch wie praktisch - Möglichkeiten der Kooperation, des sozialen Handelns deutlich höher. So konnten wir bei Projekten immer wieder beobachten, dass Jungen alleine vor dem Rechner saßen, Mädchen aber zu zweit oder zu dritt.

Mädchen nutzen zudem im Regelfall unvoreingenommener die spezifischen Möglichkeiten von Multimedia als Lern- und Erzählmedium. Computer jeder Art, dazu gehören auch Spielkonsolen und Handhold-Games, dienen Kindern vorrangig zum Spielen. Computerspiele nutzen zumeist eine Hochspannungsdramaturgie, bieten eine rasche Abfolge von Aktionen und fordern vom Benutzer die ständige Reaktion auf die Anforderungen des Programms. Für die Multimedia-Anwendungen sind informationsvermittelnde Aspekte wichtiger. Sie nutzen

eine weniger hektische Dramaturgie, fordern vom Benutzer Konzentration auf das Programm und Zeit zum Wahrnehmen der Informationen.

Vor allem älteren Jungen (ab 10 Jahren) ist der Zugriff auf interaktive Geschichten, auf Edutainment- oder Kreativprogramme durch ihre Sozialisation mit Computerspielen erschwert. Wie von Spielesoftware, so erwarten sie oft auch von Lern- oder Edutainmentprogrammen Action. Sie suchen im Lexikonteil nach Spielvorgaben und fragen, wann endlich etwas passiert. Sie wenden sich von Programmen rasch ab, wenn in diesen nicht die Möglichkeit zu ständiger (Inter-)Aktion angelegt ist. Besonders schnell kann das Interesse erlöschen, wenn große Programmteile selbsttätig ablaufen und gar nicht interaktiv zu beeinflussen sind.

### *Kommunikation und Kooperation als vorrangige Interessen von Mädchen*

Jungen wie Männer interessieren sich mehrheitlich für die technische Seite, die Computertechnologie, sie nutzen den Rechner vorrangig als Spielmaschine. Frauen sehen die Technik eher als anwendungsbezogenes Hilfsmittel für die Arbeit: "A Tool for Women, a Plaything for Men". (Wall Street Journal, zit. nach Westram, S.99.)

Diese Einstellung läßt sich bereits bei Mädchen im Grundschulalter erkennen, die multimediale Lern- und Spielprogramme weniger verspielt im Trial-and-Error-Verfahren erkunden, die sich stattdessen die zentralen Aspekte einer Multimedia-Anwendung systematischer erschließen als gleichaltrige Jungen. Bei Projekten in Bibliotheken ließ sich immer wieder beobachten, daß sich Mädchen kooperativer vor dem Bildschirm verhielten, sich bei der Führung der Maus abwechselten und gemeinsam lernten, mit dem Programm umzugehen.

In der medienpädagogischen, handlungsorientierten Arbeit mit Jugendlichen zeigen sich die Unterschiede noch deutlicher. Wenn mit geschlechtshomogenen Gruppen an vergleichbaren Internetprojekten gearbeitet wird, entwickeln Mädchen "die bei weitem höhere Medienkompetenz... Sie haben mit mehr Konzentration und Kontinuität an der Erstellung der eigenen Homepage gearbeitet, und dabei innovative Beiträge eingebracht. In der Jungengruppe überwog dagegen zunächst das Interesse am Konsum von möglichst vielen Angeboten des PC oder des Internet." (Petzold o.S.)

Die auch in neueren Studien zur Mediennutzung und Medienpädagogik immer noch tradierte These, dass der Umgang mit der Computertechnologie geschlechtsspezifisch männlich sei, bedarf dringend weiterer Differenzierung. Neuere Arbeiten zur "Geschlechterforschung" (gender studies) betonen zu Recht, dass sich die Bedingungen weiblicher Sozialisation seit Jahren nicht mehr signifikant verändert haben, dass eher ein "roll back" zurück zu traditioneller Rollenverteilung nachzuweisen wäre. Der Auch der Alltag an den bundesdeutschen Schulen erschwert gegenwärtig Veränderungen. Wenn weiterhin nur für einen kleinen Teil der Schüler PC-Arbeitsplätze zur Verfügung stehen oder der Umgang mit der Computertechnologie auf fakultative Informatikkurse beschränkt bleibt, dann werden weiterhin Jungen die Mädchen vor den Computerbildschirmen verdrängen. Wenn Schulen beim Umgang mit den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien vor allem die technischen Aspekte akzentuieren und Aspekte der Kommunikation wie der Informationsvermittlung ausgeblendet oder nachrangig behandelt werden, dann wenden sich

Mädchen wie bisher denjenigen Schulfächern zu, "in denen Kommunikation einen hohen Stellenwert hat". (Westram, S. 100.)

In unserer Gesellschaft finden Mädchen im Regelfall nicht die gleichen Entwicklungs- und Förderungsbedingungen vor wie Jungen. Die Kompetenzen für den Umgang mit den multimedialen Informations- und Kommunikationstechnologien können sie sich bislang nur unter größeren Schwierigkeiten aneignen, obwohl "gerade Frauen die Fähigkeiten besitzen, auf die virtuelle Gemeinschaften, wie z.B. das Internet, angewiesen sind." Die amerikanische Kommunikationswissenschaftlerin Sherry Turkle verweist in diesem Zusammenhang auf "die Fähigkeit zum Kompromiß, das Interesse an der Kooperation und die Lust, etwas mit anderen zu teilen." Nach Turkles Auffassung erfordert "die neue Computerkultur exakt diejenigen Fähigkeiten..., die traditionell von Frauen beherrscht werden." (zit. nach Westram, S. 100.)

### **Literatur**

Bastei-Verlag u.a.: Kids Verbaucher Analyse 95. Junge Zielgruppen 6-17 Jahre. Bericht und Codeplan (2 Bde.), Bergisch-Gladbach u.a. 1995.

Heidtmann, H.: "Neue Formen von Kinder- und Jugendliteratur im Zeitalter der digitalen und interaktiven Medien", in: K.O. Conrady u.a.: Lebenswelten, Medienräume. Jugendliche, Bibliothek und Schule, Gütersloh 1997, S.43-57.

Karig, U., u. H.-J. Stiehler: "Geschlechtsspezifische Mediennutzung in Ost und West", in: G. Mühlen Achs/B. Schorb (Hg.): Geschlecht und Medien, München 1995, S.79-100.

Mayr-Kleffel, V.: "Medienheldinnen - Orientierungspunkte für die Geschlechtsidentität von Mädchen", in: Deutsches Jugendinstitut (Hg.): Handbuch Medienerziehung im Kindergarten. Teil 1, Opladen 1994, S.264-270.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: Ergebnisbericht: Jugendliche und Multimedia, Baden-Baden 1997.

Mühlen Achs, G.: "Frauenbilder: Konstruktion des anderen Geschlechts", in: G. Mühlen Achs/B. Schorb (Hg.): Geschlecht und Medien, München 1995, S. 13-37.

Musfeld, T.: "MUDs oder das Leben im Netz", in: medien praktisch H. 2, 1997, S.23-26.

Petzold, M.: "Internetnutzung von benachteiligten Jugendlichen. Psychosoziale Beratung im Internet-Café". Vortragsmanuskript für Frühjahrstagung '98 des Zentrums für Kindheits- und Jugendforschung, Bielefeld 1998.

Westram, H.: "Internet, WWW,...schöne neue Medienwelt. Wo bleiben die Frauen, die Mädchen", in: D.Baacke/D.Schnatmayer (Hg.): Neue Medien, neue Gesellschaft?, Bielefeld 1997, S.95-107.

*(Aus: Praxis Schule 5-10 (Braunschweig, Westermann), Heft 5, Oktober 1998.)*