

Karin Eble/Martin Welker (Hrsg.):

Mädchen machen Medien

Stärkung der IT- und Medienkompetenz
von Mädchen und jungen Frauen
am Beispiel des Landesleitprojekts „medi@girls“

Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Nr. 8
April 2003

ISSN-Nr. 1616-4695

Inhalt

Einführung

Ursula Jäger

IT- und Medienprojekte für junge Mädchen sind notwendig!.....5

Karin Eble/Martin Welker

Einleitung7

Perspektiven der Forschung

Martin Welker

Den Graben übersprungen?

IT- und Internet-Orientierung von Mädchen und jungen Frauen im Südwesten9

Maya Götz

Genderreflektierende Medienpädagogik21

Gertraud Koch/Gabriele Winker

Genderforschung im geschlechterdifferenten Feld der Technik31

Das Landesleitprojekt medi@girls

Karin Eble

medi@girls - Stärkung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen.....41

Ursula Knöpfle

Aktive Lobbyarbeit für Mädchen in Freiburg: medi@girls.....59

Perspektiven der Politik und der Wirtschaft

Ulrike Sammet

Mädchengerecht und lebensweltorientiert - Zur Bedeutung von geschlechtshomogenen

Angeboten für Mädchen und junge Frauen im Bereich der Neuen Medien.....63

Gudrun Kreft

Medienarbeit als Chance zur Beteiligung.....69

Hans-Jürgen Weißer

Anforderungen und Erwartungen seitens der Wirtschaft an Aus- und Weiterbildung73

Pia Maria Federer

Mädchen Macht Zukunft79

Autorinnen und Autoren.....83

Ursula Jäger

IT- und Medienprojekte für junge Mädchen sind notwendig!

Eines der wichtigsten Ziele der Politik für Chancengleichheit der Geschlechter ist die Aufhebung der geschlechtsspezifischen Arbeitsmarktsegmentation. Diese ist ganz wesentlich durch die geschlechtsspezifische Berufswahl bedingt. Die sich daraus ergebende Benachteiligung der Frauen zeigen die folgenden Analyseergebnisse:

- Die Hälfte der kaufmännischen Angestellten ist weiblich, während der Frauenanteil im technischen Bereich unter 10 Prozent liegt
- Die Beschäftigungsschwerpunkte der Frauen konzentrieren sich auf sachbearbeitende und kaufmännische Tätigkeiten in allen Branchen, auf Verkaufstätigkeiten im Einzelhandel, auf den Beruf der Lehrerin im allgemeinbildenden Schulwesen sowie auf helfende, pflegende und assistierende Tätigkeiten im gesamten Dienstleistungssektor
- In qualifizierten Tätigkeiten mit Leitungs- und Dispositionsbefugnis liegt der Frauenanteil unter 10 Prozent
- Weibliche Angestellte in Vollzeit verdienen ein Drittel weniger als ihre männlichen Kollegen
- Die Bruttomonatsverdienste von Arbeiterinnen liegen um 25 Prozent unter denen ihren männlichen Kollegen
- Noch immer sind gut 80 Prozent aller Teilzeitbeschäftigten Frauen.

Die Einführung der neuen IT- und Medienausbildungen Ende der 90er Jahre ließ hoffen, dass diese neuen Berufe mit ihren guten Beschäftigungschancen ein nach Geschlechtern ausgewogenes Verhältnis an Auszubildenden aufweisen werden. Erfordern berufliche Tätigkeiten auf der Grundlage der neuen Ausbildungen doch eine Reihe von Qualifikationen, die man vor allem Frauen zuschreibt: Kommunikationsfähigkeit im Kundenkontakt, Problemverständnis und Kreativität bei der Erarbeitung individueller Lösungen, Teamarbeit in der Arbeitsgruppe und vieles mehr.

Dass diese Hoffnung trog, ist heute, mehr als vier Jahre nach Einführung der IT- und Medienausbildungen, klar: Liegt doch der Frauenanteil an diesen neuen Ausbildungsberufen unverändert bei nur ca. 14 Prozent. Und dies obwohl berufstätige Frauen den Computer als hauptsächliches Arbeitsmittel stärker nutzten als Männer, wie eine Untersuchung des Bundesinstituts für berufliche Bildung (BIBB) und des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) ergab. Aus der Sicht der Politik für die Chancengleichheit von Frauen und Männern ist es aber sehr unbefriedigend, dass Frauen die IT-Technologie wohl in hohem Maße als Arbeitsmittel in verschiedenen Berufen nutzen, aber so gut wie keinen Einfluss auf die Gestaltung dieser Arbeitsmittel nehmen. Und zwar so gut wie gar nicht auf deren Hardware, aber auch viel zu wenig auf die Softwareentwicklung und -gestaltung, in der vor allem die hohen und weiter steigenden Beschäftigungschancen liegen.

Die Gleichstellungspolitik sieht sich also einmal mehr vor dem Problem, die noch immer sehr einseitige geschlechtsspezifische Berufswahl der Mädchen und jungen Frauen hin zu IT- und Medienausbildungen auf allen Qualifikationsstufen zu verbreitern. Dabei kann und muss aus den bisherigen Erfahrungen gelernt werden. Erinnert sei an das langjährige, kostenaufwendige Bemühen aller Akteure der Berufsbildung Ende der 70er Jahre, mehr Mädchen für gewerblich-technische und handwerkliche Berufe zu gewinnen. Dabei hatte sich gezeigt, dass kein noch so

hoher Einsatz an Informationen, Mitteln und Materialien das Berufswahlverhalten junger Frauen verändern kann, wenn er nicht rechtzeitig erfolgt.

Zielgruppe der damaligen Aktionen waren Mädchen in der Berufswahl, also ein oder höchstens zwei Jahre vor ihrem Schulabschluss. Da die Berufswahl aber das Ergebnis eines sehr langen, bis in die frühe Kindheit zurück reichenden Prozesses der Heranbildung von individuellen Interessen, Fähigkeiten und Neigungen ist, zeigt sich klar, dass eine nachhaltige Veränderung nur dann erreicht werden kann, wenn möglichst früh auf den Prozess der Sozialisation eingewirkt wird. Das heißt, alle Bemühungen, den jungen Frauen die chancenreichen Tätigkeiten in IT- und Medienberufen zu erschließen, müssen bei möglichst jungen Mädchen ansetzen. Da der Umgang mit Computer und Internet als neue Kulturtechnik anzusehen ist, sollten solche Bemühungen und Maßnahmen konsequent im Zeitpunkt des Erlernens der bisherigen Kulturtechniken – Lesen, Schreiben, Rechnen – einsetzen.

Zielgruppe aller Maßnahmen zur Erweiterung des Berufswahlspektrums junger Frauen auf die IT- und Medienberufe müssen demnach Mädchen im Grundschulalter sein. Sie sollten sich möglichst in reinen Mädchengruppen spielerisch und auf mädchenspezifische Weise mit der neuen Kulturtechnik der PC- und Internetnutzung vertraut machen. Die Nutzung kann z.B. Defizite in Hard- und Software aus der Sicht der Mädchen aufdecken und damit Neugier und Interesse wecken am eigenen kreativen Gestalten. Solche Entwicklungsschritte gilt es zu fördern und mit den notwendigen Kenntnissen zu unterstützen.

Oberstes Ziel solcher mädchenspezifischer Maßnahmen ist, dass die spätere Wahl eines Computer-, IT- oder Medienberufs für junge Frauen so selbstverständlich wird wie heute z.B. Friseurin, Einzelhandelskauffrau, Krankenschwester oder Lehrerin. Das Phänomen einer atypischen Berufswahl als Schwelle, die bei der großen Mehrheit mit Ängsten belegt ist (Abweichen von der Norm), soll bei den jungen Frauen erst gar nicht aufkommen. Mit diesem Vorgehen werden also die Fehler früherer Kampagnen vermieden, die Mädchen dazu aufriefen, etwas zu tun, was die meisten eben nicht tun, nämlich einen „Männerberuf“ zu ergreifen.

Der Förderung des Projekts *medi@girls* beim WI - JHW Freiburg e.V. (Wissenschaftliches Institut des Jugendhilfswerks Freiburg e.V. an der Universität Freiburg) erfolgte im Rahmen des Europäischen Sozialfonds (Ziel 3) in der Form eines zentralen Landesprojekts des Sozialministeriums Baden-Württemberg und zwar aus dem Bereich Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern in Bildung und Beschäftigung. *Medi@girls* hat aus der Sicht des fördernden Sozialministeriums also eine klare Struktur verbessernde Aufgabe: Es ist ein wichtiger Baustein auf dem Wege der Gleichstellung von Frauen und Männern in Bildung, Ausbildung und Beschäftigung.

Ursula Jäger, Ministerialrätin, Leiterin des Referats Gleichstellungsfragen der Bildungs-, Beschäftigungs- und Sozialpolitik, Sozialministerium Baden-Württemberg. Kontakt: jaeger@sm.bwl.de

Karin Eble/Martin Welker

Einleitung

Die Kompetenz im Umgang mit neuen Medien ist Voraussetzung, um zukünftig in der Arbeitswelt und in allen anderen Lebensbereichen gut bestehen zu können. Der Anteil von jungen Frauen in den Berufen und Ausbildungsberufen der zukunftsträchtigen Informations- und Kommunikationstechnologie liegt weit hinter den Zahlen der jungen Männer zurück. Vor dem Hintergrund des rasanten Anstiegs der technischen Entwicklung, werden von Bund, Ländern und Kommunen große Anstrengungen unternommen eine „digitale Spaltung“ der Gesellschaft zu verhindern. Ziel ist es, allen Bevölkerungsgruppen einen Internet-Zugang zu ermöglichen. Computer- und Internetkenntnisse sind für eine erfolgreiche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und für eine erweiterte Berufsperspektive für Mädchen und Frauen einfach unerlässlich. Dazu bedarf es nicht nur der Steigerung der notwendigen Medienkompetenz, sondern auch attraktiver Angebote, nützlicher Inhalte und innovativer Vorgehensweisen.

Der vorliegende Band ist als Anregung gedacht, sich sowohl theoretisch als auch praktisch mit Konzepten zur Förderung von Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen auseinander zu setzen. Er enthält Analysen, Meinungen, Erfahrungen und Standpunkte zum Thema Mädchen und Medien. Die überwiegende Zahl der Autorinnen und Autoren in diesem Band hatten im Rahmen des Landesleitprojektes medi@girls Aufgaben als Projektbeiräte inne. Sie spiegeln mit ihren Beiträgen die Perspektiven und Vielfalt unterschiedlicher Disziplinen sowie die Lebendigkeit der Projektberatungsitzungen wider.

Der vorliegende Band umfasst drei Teile:

Im ersten Abschnitt („Perspektiven der Forschung“) analysiert *Martin Welker* empirische Befunde zur IT- und Mediennutzung von Mädchen und jungen Frauen in Baden-Württemberg. Wie ist die Ausgangslage und welche Ansatzpunkte gibt es, um konkrete Aussagen zur IT- und Medienorientierung von Mädchen und jungen Frauen im Land machen zu können? Dabei zeigt sich, dass der Südwesten, was den Gender-Bias angeht, offenbar besser positioniert ist, als andere Bundesländer.

Die Zielformulierung für die pädagogische Praxis wird von *Maya Götz* näher beleuchtet, indem sie zunächst die Hürden herausarbeitet, die Mädchen und junge Frauen bei der Erlangung von Computerwissen und dem Zugang zu Technologien überwinden müssen und wie diesbezüglich ihre Lernhaltung geprägt wird. Das Dilemma der Genderforschung, einerseits bei Fördermaßnahmen die Reproduktion von Geschlechterdifferenzen zu vermeiden, andererseits aber den real existierenden Geschlechterdifferenzen ins Auge zu sehen und nach Möglichkeiten zu suchen, sie zu dekonstruieren und außer Kraft zu setzen verdeutlichen *Gabriele Winker* und *Gertraud Koch* in ihrem Beitrag „Genderforschung im geschlechterdifferenzierten Feld der Technik“.

Im zweiten Abschnitt wird das Landesleitprojekt medi@girls ausführlich vorgestellt. Die strukturelle Verortung in einer Einrichtung der Jugendhilfe, das Angebot, die Zielformulierungen, die methodischen Ansätze werden erläutert und Beispiele aus der praktischen Medienarbeit mit Mädchen werden von *Karin Eble* erläutert. Mit speziellen Kursangeboten wird seit Januar 2001 in Freiburg die IT- und Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen verbessert. Im Projekt medi@girls wird den Mädchen die Chance eröffnet, gemeinsam in Gruppen Radio, Video, Computer-, Internet und Multimedia - Produkte zu gestalten und dabei die notwendigen Kompetenzen zu erwerben, um mit technischen und gestalterischen Möglichkeiten zu experimentieren.

Ursula Knöpfle betont, dass zwar die Freiburger Frauen- und Mädcheninfrastruktur über Jahre hinweg kontinuierlich ausgebaut werden konnte, dass allerdings auf der anderen Seite - trotz zahlreicher Förderprogramme zur Gleichstellung von Frauen und Männern - Frauen nach wie vor in vielen gesellschaftlichen Bereichen von Diskriminierung betroffen sind. Konkrete Erscheinungsformen dieser strukturellen Benachteiligung zeigen sich in der Unterrepräsentanz von Mädchen in Medienberufen, in der Überrepräsentanz von Mädchen unter den Arbeitslosen, Ausbildungsabbrecherinnen und ungelerten Hilfskräften, in einem engen Berufswahlspektrum.

Den dritten Abschnitt („Perspektiven der Politik und der Wirtschaft“) leitet die Sprecherin der Landesarbeitsgemeinschaft Mädchenpolitik (LAG) *Ulrike Sammet* ein. Ihr Beitrag beleuchtet immer noch bestehende personelle und inhaltliche Unterrepräsentanz von Frauen im Internet. In diesem Zusammenhang werden die Standpunkte und Perspektiven der beteiligten Projektbeiräte aus der Wirtschafts- und Kommunalpolitik, der Jugendhilfe und der Stelle zur Gleichberechtigung der Frau zusammengefasst.

Gudrun Kreft berichtet in ihrem Beitrag „Medienarbeit als Chance zur Beteiligung“ von den Erfahrungen mit dem Aufbau des Bundesjugendservers. Es geht weiterhin um die Frage, wie aktuell Mädchengruppen in der heutigen Jugendhilfe sind, welche Entwicklungen in der Stadt Freiburg zum Thema Mädchenförderung zu verzeichnen sind, und wie das Projekt *medi@girls* in der Jugendhilfe aktuell zu verorten ist. Mit kreativen Handlungsentwürfen könne im Jugendhilfebereich Einfluss auf die Praxis genommen werden um junge Frauen für die IuK-Technologien zu interessieren und damit das Berufswahlspektrum zu erweitern, so die Autorin.

Hans Weiser erläutert in seinem Beitrag, wie die beruflichen Anforderungen an junge Frauen aussehen, die in der Medienbranche Fuß fassen wollen. Wenn man sich das breite Spektrum der Erwartungen an Auszubildende analysiert, werde schnell klar, dass alle am Ausbildungsprozess Beteiligten in die Verantwortung genommen werden müssten. Dies gelte vor allem für sogenannte Schlüsselkompetenzen wie *soft skills* (weiche Faktoren) und die vielbeschworene, aber nach wie vor unterschätzte Medienkompetenz.

Als Kommunalpolitikerin und Vorstandsmitglied des Jugendhilfswerkes, dem Trägerverein von *medi@girls*, bleibt *Pia Federer* in ihrem Beitrag nicht bei einer reinen Technikkritik stehen, sondern zeigt vielmehr auch Ansatzpunkte für kommunalpolitisches Handeln auf, welches die Rahmenbedingungen schaffen muss, um Mädchen und jungen Frauen den Zugang zu einer ihnen oft fern stehenden Technik zu ermöglichen, um damit Medienzugang und -kompetenz möglich zu machen.

Abschließend wurden die Autorinnen und Autoren ab Seite 83 jeweils kurz porträtiert. Die Herausgeber wünschen allen Lesern dieses achten Bandes der „Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft“ eine anregende Lektüre.

Martin Welker

Den Graben übersprungen? IT- und Internet-Orientierung von Mädchen und jungen Frauen im Südwesten

IT-Anwendungswissen ist heute „die“ Schlüsselqualifikation in der Gesellschaft und Berufswelt. Darin sind sich Politiker, Pädagogen und Arbeitgeber einig. Große Anstrengungen werden deshalb unternommen, die bislang vorhandene Geschlechtertendenz (Gender-Bias) zu verringern. Mädchen und jungen Frauen werden besonders gefördert. Förderinitiativen und -programme versuchen sowohl im bundes- und landesweiten Rahmen („Internet für alle“) wie auch im regionalen und lokalen Rahmen („medi@girls“) Brücken über den sogenannten Digital Gap, den digitalen Graben, zu schlagen.

So wie die Beherrschung des PCs die zentrale Schlüsselqualifikation des ausgehenden 20. Jahrhunderts war, wird die Kompetenz für den Umgang mit dem vernetzten Computer und seinen Inhalten die neue, elementare Fertigkeit des neuen Jahrhunderts sein. Diese baut auf jener auf, ähnlich wie die Nutzung von Büchern und Zeitschriften prinzipiell die Lesefähigkeit voraussetzt. Lesefähigkeit ist eine der wichtigsten Schlüsselqualifikationen seit dem 17. Jahrhundert, ohne diese Fertigkeiten war dem Einzelnen der Aufstieg in Beruf und Gesellschaft verwehrt. Aber erst im 19. Jahrhundert verschwand mit Einführung der allgemeinen Schulpflicht das Analphabetentum aus Deutschland. Lesen, Schreiben und Rechnen sind heute zu einer Grundfähigkeit geworden, die als selbstverständlich gilt, d.h. ihre alleinige Beherrschung führt kaum mehr zum beruflichen und gesellschaftlichen Erfolg.¹ Nun ist die „AlphaBITisierung“ (Berghaus 1999) als Voraussetzung für ein Funktionieren der Informationsgesellschaft in vollem Gange.

Baden-Württemberg unternimmt große Anstrengungen, die AlphaBITisierung voranzutreiben und gleichzeitig diejenigen Gruppen zu fördern, die ohne besondere Aufmerksamkeit ihre Chancen vermutlich nicht optimal wahrnehmen würden. Dies geschieht für Bevölkerung und Unternehmen in breit angelegten Rahmenprogrammen wie Baden-Württemberg medi@ (von 1995 bis 2001) und der neuen IT- und Medieninitiative Baden-Württemberg doIT, die Anfang 2002 gestartet wurde und zunächst bis ins Jahr 2006 reichen soll. Speziell für Mädchen und junge Frauen gibt es eine Reihe von Programmen und Initiativen von denen hier einige exemplarisch genannt werden sollen:

Das Landesleitprojekt medi@girls unter der Trägerschaft des Sozialministeriums Baden-Württemberg (im vorliegenden Band ausführlicher beschrieben), erweitert die IT- und Medienkompetenzen von jungen Mädchen und Frauen im außerschulischen Bereich, indem es in teilweise spielerischer Umgebung den Umgang mit Computern und Medien einübt. Dass dabei vorzeigbare Produkte entstehen (beispielsweise ein Mädchenkalender oder eine innovative Website), ist gewollt und für die Teilnehmerinnen der Kurse ein wichtiges Referenzelement. Sie können bei Freunden, Verwandten oder auch bei Bewerbungen auf ihre Arbeit verweisen bzw. diese direkt vorführen.

¹ Für die EU-Kommission (2002) steht das Thema „digitale Kompetenz“ ganz oben auf der politischen Agenda. Denn ohne die Fähigkeit der Nutzung von Computer und Internet könnten die Bürger weder voll an der Gesellschaft teilhaben, noch könnten sie die für das 21. Jahrhundert benötigten Kenntnisse und Fertigkeiten erwerben, so die Kommission.

Ebenfalls vom Sozialministerium wird derzeit eine Internet-Plattform aufgebaut, die als Einstiegsseite zu spezifischen frauenpolitischen Themen im Land dient. Hier sind neuerdings die Printausgaben der vierteljährlich vom Sozialministerium herausgegebenen Informationsschrift „AKTIV - Frauen in Baden-Württemberg“ abrufbar.

Vom Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst wird seit Beginn des Jahres 2001 das Netzwerk „Frauen.Innovation.Technik“ Baden-Württemberg gefördert. An der Fachhochschule Furtwangen angesiedelt, verfolgt es das Ziel, die Attraktivität von Studiengängen in den Ingenieurwissenschaften und der Informatik zu steigern und Frauen zu ermutigen, diese Studienfächer zu wählen. Mit Probestudententagen und anderen Schnupperkursen werden Mädchen und junge Frauen zur Auseinandersetzung mit Technik motiviert. Diese Angebote tragen dazu bei, das Berufswahlspektrum für Mädchen in Richtung (informations-)technischer Berufe zu erweitern (Winker 2002, 72).

Das Ministerium für Kultus, Jugend und Sport förderte im Rahmen der Initiative der Landesregierung „Medienoffensive Schule I“² den Umgang mit Computer und Internet im schulischen Bereich. Auch bei der Fortsetzung durch die „Medienoffensive Schule II“ wird besonderen Wert auf die Überwindung traditioneller Rollenbilder gelegt. Denn Lehrkräfte und sogar die Jugendlichen selbst sprechen den Mädchen eher soziale Kompetenz, den Jungen dagegen Technikkompetenz zu. Eine im Jahr 2002 veröffentlichte Studie (LEU 2002) hat Unterrichtsprojekte in diesem Zusammenhang evaluiert. Ein Hauptaugenmerk lag dabei auf der Heranführung der Mädchen an Computer- und Internet-Technik. Zehn der sechzehn veröffentlichten Projekte waren monoedukativ für Mädchen, sechs wurden koedukativ durchgeführt.

Tabelle 1: Beispiele mädchenspezifischer Programme und Initiativen im Südwesten

Name	Zweck	Initiator/Träger
medi@girls	Erweiterung der Medienkompetenzen, der beruflichen Orientierung auch die Förderung sozialer und kreativer Fähigkeiten und den gemeinsamen Spaß in der Gruppe	Sozialministerium
www.frauen-aktiv.de	Internetportal für Frauen	Sozialministerium
Frauen.Innovation.Technik (www.netzwerk-fit.de)	Attraktivität von technischen Studiengängen steigern und Frauen ermutigen, diese Studienfächer zu wählen	Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst
Mädchen, Jungen und Computer im Rahmen der „Medienoffensive Schule“	Überwindung traditioneller Rollenbilder im Umgang mit dem Computer	Kultusministerium

Die hier beispielhaft aufgeführten Initiativen haben dazu geführt, dass der Südwesten, was den Gender-Bias in IT-Nutzung und -Ausbildung angeht, aktuell gut positioniert ist. Das zeigt der Blick auf wichtige Kerndaten, die im Folgenden vorgestellt werden sollen. Zunächst wird die Nutzung von Computern und Internet beleuchtet, anschließend ein Blick auf die Berufswelt geworfen.

² Ziel der „Medienoffensive Schule I“ der Landesregierung war es, die Schulen an das Internet anzubinden. Dieser Anspruch wurde nach drei Jahren durch intensive Investitionen seitens des Landes, der Schulträger und der privaten Wirtschaft erreicht (Kultusministerium 2002). Nach Erhebungen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg wurden im Jahr 2002 mehr als 111.000 Rechner an den Schulen für den Unterricht eingesetzt. Alle weiter führenden Schulen sind mittlerweile an das Internet angeschlossen. 1996 teilten sich rein rechnerisch 20 Schüler einen Computer, im Jahr 2001 betrug die Relation Schüler pro PC 1:11 (ohne Grundschulen und ohne Klassen 11 bis 13 der Gymnasien). Die Maßnahme wird mit der „Medienoffensive Schule II“ verlängert.

Computer und Internet-Nutzung

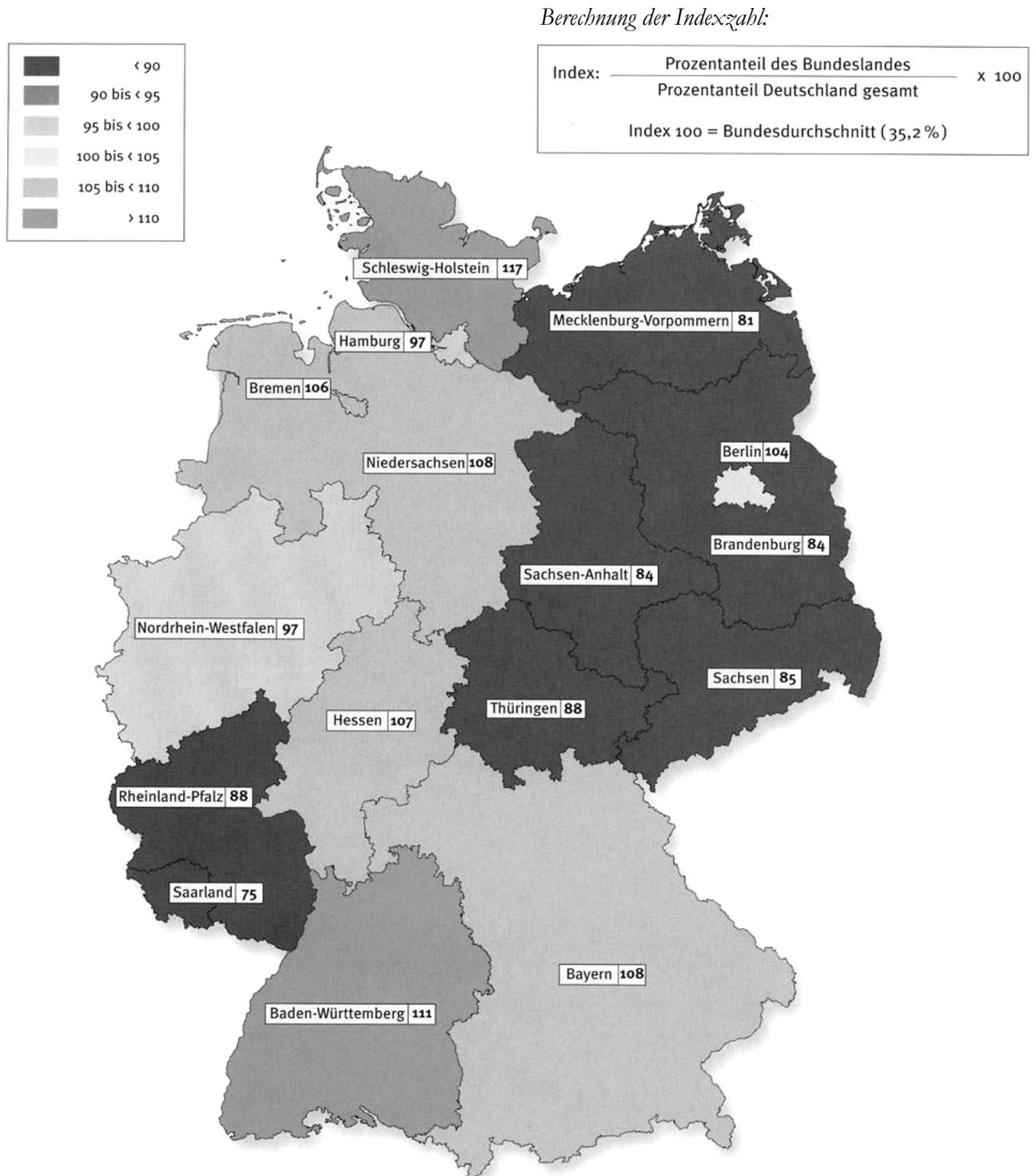
Sowohl die Computer- als auch die Internet-Nutzung erreichen im Südwesten in der Gesamtbevölkerung ein hohes Niveau. Im Vergleich mit anderen Bundesländern liegt Baden-Württemberg regelmäßig auf Spitzenplätzen. So weist die ACTA 2002 (Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse) aus, dass knapp zwei Drittel der Südwest-Bevölkerung ab 14 Jahren zu den privaten und/oder beruflichen Computernutzern zählen. Ähnlich sieht es bei der Nutzung des Internets aus: Fast 60 Prozent der Menschen ab 14 Jahren zählen sich laut der Studie @facts von Forsa³/SevenOne Interactive zu denjenigen Nutzern, die in den vergangenen 12 Monaten im Internet gesurft oder gearbeitet haben. Mit diesem weiten Nutzerkreis liegt der Südwesten an der Spitze aller bundesdeutschen Länder und weit über dem deutschen Durchschnitt von derzeit rund 54 Prozent (Stand Dezember 2002). Ist damit alles im Lot? Leider nicht, denn noch immer werden Computer und Internet von Frauen zögerlicher genutzt als von Männern. So entspricht die Verteilung der Geschlechter in der Gruppe der Internet-Nutzer nicht der Verteilung in der Gesamtbevölkerung: Männer sind bei den Nutzern noch immer überrepräsentiert. Das gilt auch für Baden-Württemberg. Im ersten Quartal 2002 waren laut @facts 55,4 Prozent der Onliner im Südwesten männlich, 44,6 Prozent weiblich.

Allerdings: Die digitale Kluft ist in Baden-Württemberg deutlich geringer als in anderen deutschen Bundesländern. So wies die @facts im zitierten ersten Quartal 2002 für Deutschland 57,5 Prozent Männer und lediglich 42,5 Prozent Frauen unter den Online-Nutzern ab 14 Jahren aus. Baden-Württembergs Gender-Bias war demnach geringer und die geschlechterspezifische Verteilung lag näher an der von Männern und Frauen in der Gesamtbevölkerung. Das bestätigte auch eine Studie der Initiative D21, der sogenannte (N)Onliner-Atlas 2002. Die Untersuchung wurde vom Marktforschungsunternehmen TNS Emnid im Frühjahr 2002 durchgeführt und basiert auf mehr als 30.000 computergestützten Interviews. Für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren mit Telefonanschluss ist die Analyse repräsentativ. Als Internet-Nutzer wurde gewertet, wer angab, das Netz (einschließlich E-Mail) *in den vergangenen vier Wochen* genutzt zu haben.

Die unten stehende Karte vergleicht anhand einer Indexzahl die einzelnen Bundesländer bezüglich ihrer geschlechtsspezifischen Internet-Nutzung. Die Indexzahl von 100 gibt die Lage für Deutschland wieder, m.a.W. den Durchschnittsgraben zwischen Männern und Frauen. Eine Zahl über 100 indiziert einen schmaleren Graben und eine Zahl unter 100 eine unterdurchschnittliche Lage, also einen breiteren Graben zwischen Männern und Frauen. Baden-Württemberg liegt mit der Indexzahl 111 deutlich über dem Schnitt, was bedeutet, dass das Land bei der Schließung des Gender-Gaps bereits beträchtliche Fortschritte gemacht hat.

³ Seit Dezember 1998 befragt das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der SevenOne Interactive, München jeden Tag telefonisch etwa 500 Personen ab 14 Jahren in Deutschland zu ihrem Internet-Nutzungsverhalten. Das sind jeden Monat ca. 10.000 Personen. Forsa/SevenOne Interactive errechnet im Auftrag der MFG Medienentwicklung exklusive monatliche Auswertungen der Internet-Nutzer nach Bundesländern.

Abbildung 1: Überwindung der Digitalen Spaltung 2002 nach Bundesländern
(Baden-Württemberg mit höherem weiblichen Onliner-Anteil)



Quelle: TNS Emnid, Initiative D21: (N)Onliner-Atlas 2002

Der Verein „Frauen geben Technik neue Impulse e.V.“ hat zusammen mit der Initiative D21 und TNS Emnid zusätzlich eine sogenannte Gender-Mainstreaming-Sonderauswertung des (N)ONLINER Atlas 2002 erstellt. Alle von TNS Emnid erhobenen Daten zur Online-Nutzung, Nutzungsplanung und Nichtnutzung wurden für Männern und Frauen getrennt ausgewertet. Für die Bundesländer kommt die Sonderauswertung zu folgendem Ergebnis: „Der Onliner-Anteil der Frauen schwankt regional zwischen 41 Prozent in Schleswig-Holstein und 26 Prozent im Saarland. Den höchsten Onlinerinnen-Anteil haben Schleswig-Holstein, Baden-Württemberg und Niedersachsen. Prozentual die meisten Offlinerinnen finden sich in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg. In diesen Ländern finden sich auch die geringsten Planerinnen“, d.h. Frauen, die in der nächsten Zeit online gehen wollen.

Gerade bei Kindern und Jugendlichen erfreuen sich Computer und Internet wachsender Beliebtheit. Dieser Nachwuchs wird die erwachsene Nutzerschaft von morgen sein. Deshalb lohnt sich Blick auf die aktuelle Studie „JIM“ (Jugend, Information, (Multi-)Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest aus dem Jahr 2002.⁴ Die Studie zeigt, dass von den Jugendlichen die Computernutzung sogar noch ausgebaut wurde. Für ganz Deutschland gilt: Im Herbst 2002 lag die gelegentliche PC-Nutzung der Jugendlichen (d.i. mindestens einmal pro Monat) bei über 90 Prozent. Am häufigsten surfte Jugendliche im Internet, vergnügen sich mit Computerspielen, hören Musik oder schreiben Texte.

Für die 12- bis 19-Jährigen ermittelten die Forscher einen deutlichen Zuwachs bei den *erfahrenen* Computernutzern. Zählten im Jahr 2001 lediglich 63 Prozent aller Jugendlichen zu dieser Gruppe, so waren es 2002 bereits 83 Prozent. Bemerkenswert war die Tatsache, dass Jungen und junge Männer, die bisher immer den größeren Anteil an Internet-Erfahrenen stellten, von Mädchen und jungen Frauen eingeholt wurden. Beide Gruppen liegen nun gleichauf. Das lässt darauf schließen, dass der Computer ein Alltagsinstrument geworden ist und den meisten Jugendlichen, ob männlich oder weiblich, als nützliches Instrument der Unterhaltung und Kommunikation dient. Allerdings zeigen sich bei der *Nutzungsintensität* und dem *Computerbesitz* immer noch geschlechtsspezifische Unterschiede. Männliche Jugendliche sind nach wie vor länger mit dem PC beschäftigt als Mädchen. Und bei der Frage nach dem Computerbesitz nannten rund 47 Prozent der Jugendlichen einen PC ihr Eigen: männliche Jugendliche zu 54 Prozent, Mädchen und junge Frauen lediglich zu 39 Prozent. Hat dies soziale Ursachen oder setzen Mädchen und junge Frauen einfach andere Akzente bei Geschenkwünschen und der Verwendung ihres Taschengeldbudgets? Diese Frage muss hier offen bleiben.

Kommunikation wird bei Jugendlichen auch im Internet groß geschrieben, denn nach wie vor zählt das Senden und Empfangen von E-Mails zu den am häufigsten ausgeübten Tätigkeit im Netz. Die Suche nach bestimmten Informationen und das Anhören von Musik- und Sound-Dateien folgen mit deutlichem Abstand. Insgesamt schöpfen männliche und ältere Onliner aber die Bandbreite möglicher Online-Aktivitäten mehr aus als weibliche und jüngere Nutzer. Bei den Nutzungszwecken zeigt sich allerdings, dass Mädchen Computer stärker schul- und berufsbezogen nutzen als Jungen (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest 2002). Somit wird zwar der geschlechtsspezifische Unterschied geringer, bei den Nutzungsweisen bestehen aber nach wie messbare Unterschiede.

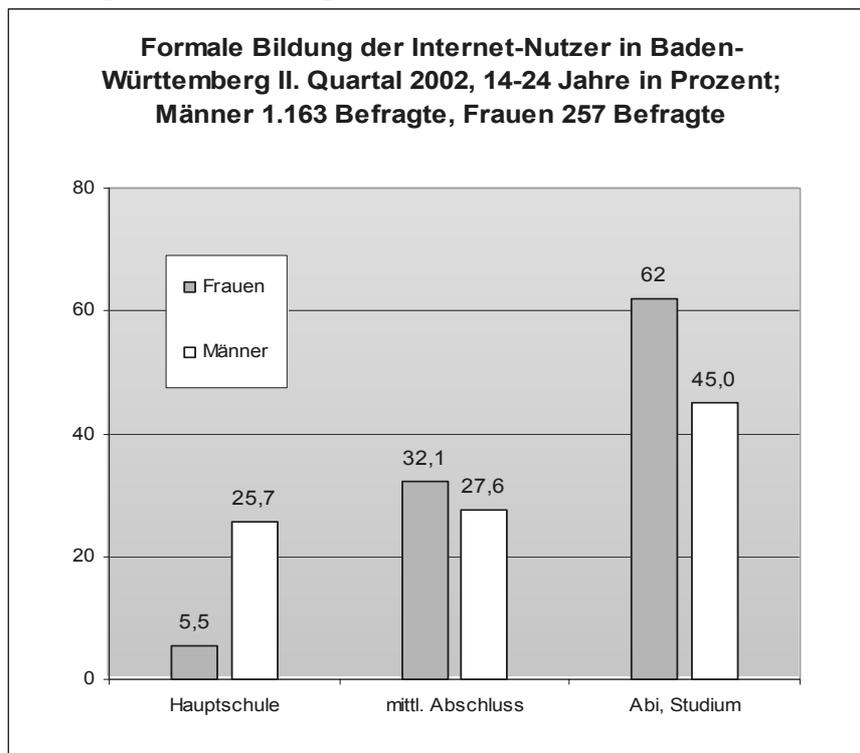
⁴ Hierfür wurden von Mai bis Juli 2002 bundesweit 1.092 Jugendliche durch das Forschungsinstitut ENIGMA befragt. Wir danken Sabine Feierabend vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest für die Bereitstellung einiger wesentlicher Schlüsselzahlen.

Mädchen und junge Frauen als Nutzerinnen in Baden-Württemberg

Wenn Jugendliche Computer nutzen, gehen sie oftmals ins Internet (siehe oben). Ein guter Teil der PC-Nutzung entfällt somit auf Internet-Nutzung. „Online“ zu sein ist die wichtigste Nutzungsweise für den Computer. Nachfolgend soll es deshalb speziell um die Internet-Nutzung Jugendlicher in Baden-Württemberg gehen. Wer ist „drin“ und wer noch nicht? Aufgrund einer Sonderauswertung für die MFG Medienentwicklung für das Jahr 2002 kann die Gruppe der 14- bis 24-Jährigen Onlineer im Südwesten genauer betrachtet werden.⁵

Im zweiten Quartal 2002 waren laut Bundesländerauswertung der @facts 34,4 Prozent der Onlineer in Baden-Württemberg zwischen 14 und 29 Jahre alt. Das war - bezogen auf die Bundesrepublik - ein geringfügig überdurchschnittlicher Wert. In der Altersgruppe der 14- bis 24-Jährigen waren Mitte 2002 87,6 Prozent der männlichen Jugendlichen und 81,3 Prozent der Frauen online (zumindest gelegentlich im Internet). Im Herbst 2002 war der Anteil der gelegentlichen Nutzerinnen bereits auf mehr als 85,5 Prozent gewachsen. Allerdings hat auch der Anteil der männlichen Jugendlichen im Internet zugenommen. Dieser lag im Herbst 2002 in Baden-Württemberg bei rund 93 Prozent. Beide Gruppen nähern sich mit hoher Geschwindigkeit der „Vollabdeckung“ an. Männliche Jugendliche sind den Frauen nur noch wenige Monate und Prozentpunkte voraus. Die 14- bis 24-jährigen Onlineer waren zu 49,8 Prozent männliche Jugendliche und zu 50,2 Prozent Mädchen und junge Frauen. *In dieser Altersgruppe entspricht die Verteilung der Geschlechter somit nahezu der Verteilung in Gesamtbevölkerung.* Wie sah nun die Verteilung der formalen Bildung in dieser Gruppe aus?

Abbildung 2: Formale Bildung



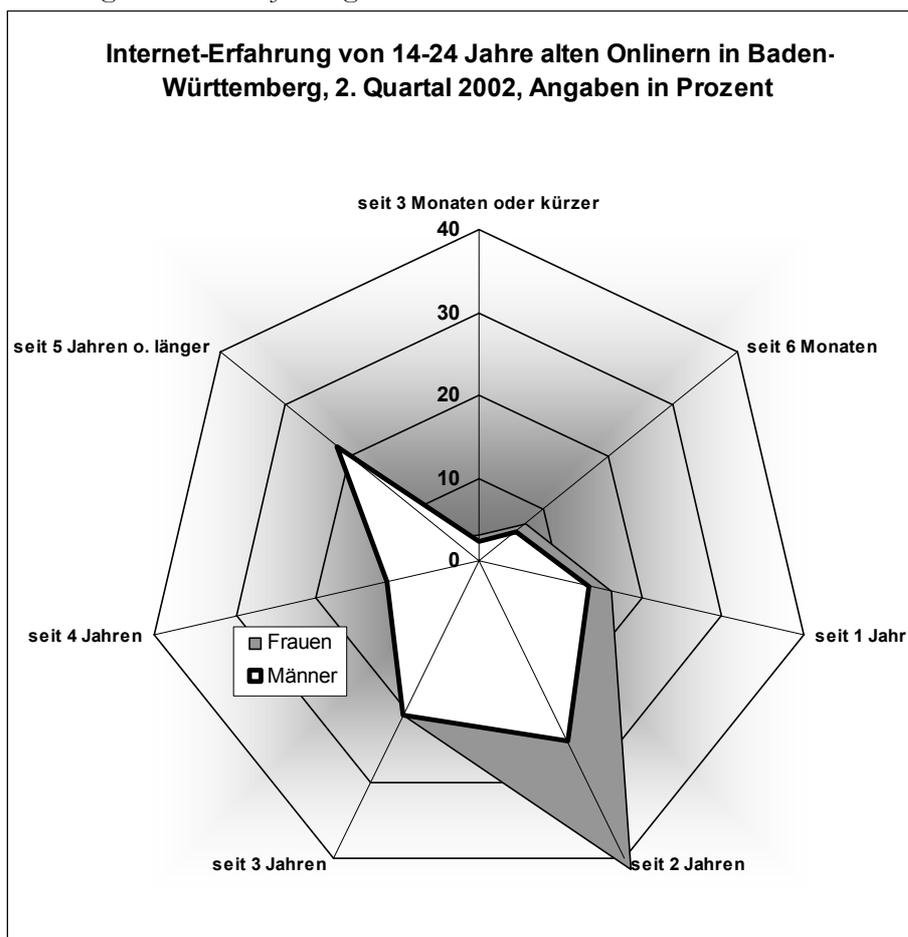
Quelle: eig. Darstellung

⁵ Um einen genaueren Blick auf diese Personengruppe zu werfen, hat die MFG Medienentwicklung die Befunde der @facts Studie von SevenOne Interactive für 14 bis 24-jährige Mädchen und Frauen genauer ausgewertet. Wir bedanken uns in diesem Zusammenhang bei Nikolaus Schmitt-Walter von der SevenOne Media GmbH.

Die formale Bildung der befragten Nutzerinnen war deutlich höher als die ihrer männlichen Kollegen. 62 Prozent der Nutzerinnen gaben an, ein Abitur bzw. Studium anzustreben oder abgeschlossen zu haben. Abitur oder Studium können die männlichen 14- bis 24-Jährigen lediglich zu 45 Prozent vorweisen.⁶ Was folgt aus diesem Befund? Da bekannt ist, dass vor allem formal besser Gebildete zu den Erst- und Frühnutzern des Internets gehören, passt das obige Ergebnis zur Schlussfolgerung, dass die hier nicht abge bildeten *Nicht-Nutzerinnen* überwiegend zu den formal schlechter Gebildeten gehören. Ein Blick auf die Internet-Erfahrung stützt diese Annahme.

Die weitaus meisten jugendlichen Nutzerinnen verfügen über eine mittlere Internet-Erfahrung: Über 40 Prozent gaben im Sommer 2002 an, über mindestens zwei Jahre Internet-Nutzungspraxis zu verfügen (dunkle Fläche). Im Vergleich zu ihren männlichen Altersgenossen sind Frauen allerdings rund zwei Jahre später in die Online-Welt eingestiegen. Interpretiert man die unten stehende Grafik als Uhr, dann zeigt die Zeigerspitze der jugendlichen Nutzerinnen auf „halb“, während die männlichen Nutzer bereits eine halbe Umdrehung weiter sind. Da sich aber Kenntnisse und Fertigkeiten der Nutzung mit wachsender Erfahrung angleichen (es macht kaum mehr einen Unterschied, ob ein Nutzer fünf oder zehn Jahre Online-Erfahrung hat), kann man davon ausgehen, dass Mädchen und junge Frauen die Männer weitgehend eingeholt haben.

Abbildung 3: Internet-Erfahrung



Quelle: eig. Darstellung

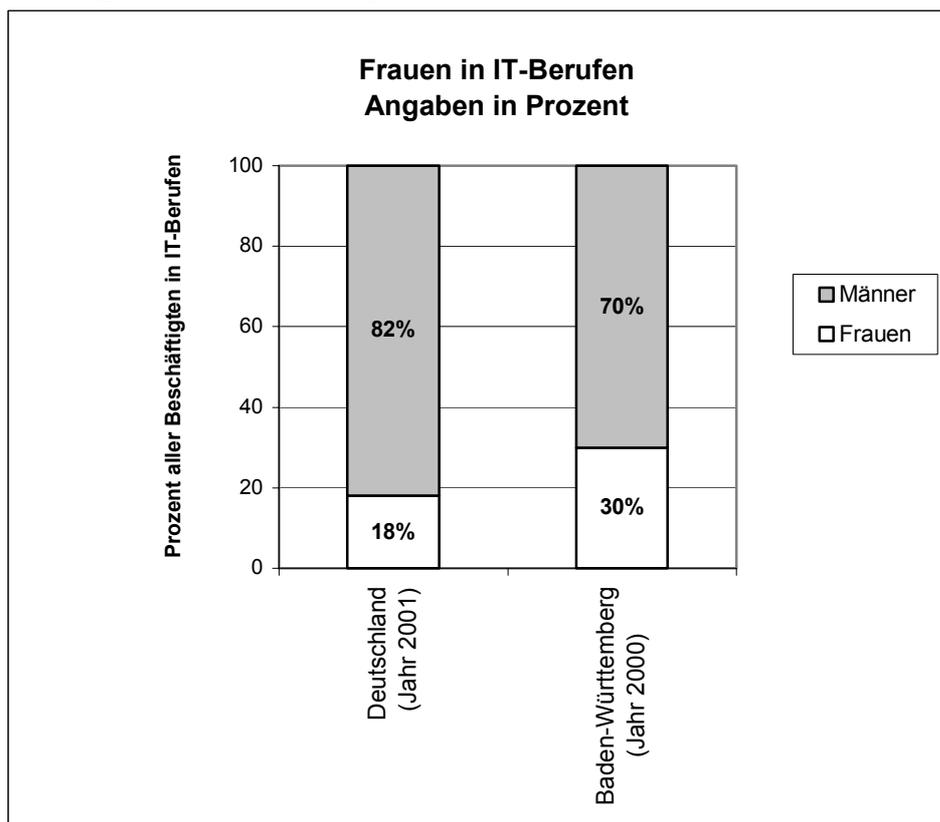
⁶ Ein methodischer Grund für diese Unterschiede könnte in der Zahl der Befragten in den einzelnen Altersgruppen liegen. Diese Zahlen standen für die Auswertung leider nicht zur Verfügung.

Ausbildung und Beruf

Haben Mädchen und junge Frauen bei der Internet-Nutzung im privaten und schulischen Umfeld bereits stark aufgeholt, sieht es im betrieblich-beruflichen Umfeld noch nicht so günstig aus. Noch immer gelten Informatikerinnen als Ausnahme, sie werden „bemerkt“, wie ein Ausbilder es ausdrückt. Nutzung neuer IT-Techniken und Berufswahl sind also offenbar zwei verschiedene Ebenen, die unterschiedliche Fördermaßnahmen erfordern.

Nur ein Fünftel der Computerfachkräfte in Deutschland ist weiblich, allerdings kann Baden-Württemberg auch hier eine günstige Entwicklung aufweisen: Der Südwesten schöpft seine weiblichen Talente deutlich besser aus als der Rest der Republik. Während in 2001 bundesweit erst 18 Prozent Frauen in IT-Berufen zu finden waren, erreichte Baden-Württemberg schon im Jahr 2000 knapp 30 Prozent Frauenanteil. Das zeigt eine Studie der Akademie für Technikfolgenabschätzung. Mit dafür verantwortlich sind die breit angelegte Ausbildung im Südwesten und das hohe Niveau der Fachhochschulen und Universitäten im Bereich Informatik. Mit über 230 Studiengängen im Bereich IT und Medien belegt das Land einen Spitzenplatz in Europa. Gleichzeitig landen Universitäten und Fachhochschulen aus dem Südwesten im Bereich Informatik regelmäßig auf vorderen Plätzen bei einschlägigen Studienrankings.⁷

Abbildung 4: Frauen und IT-Berufe



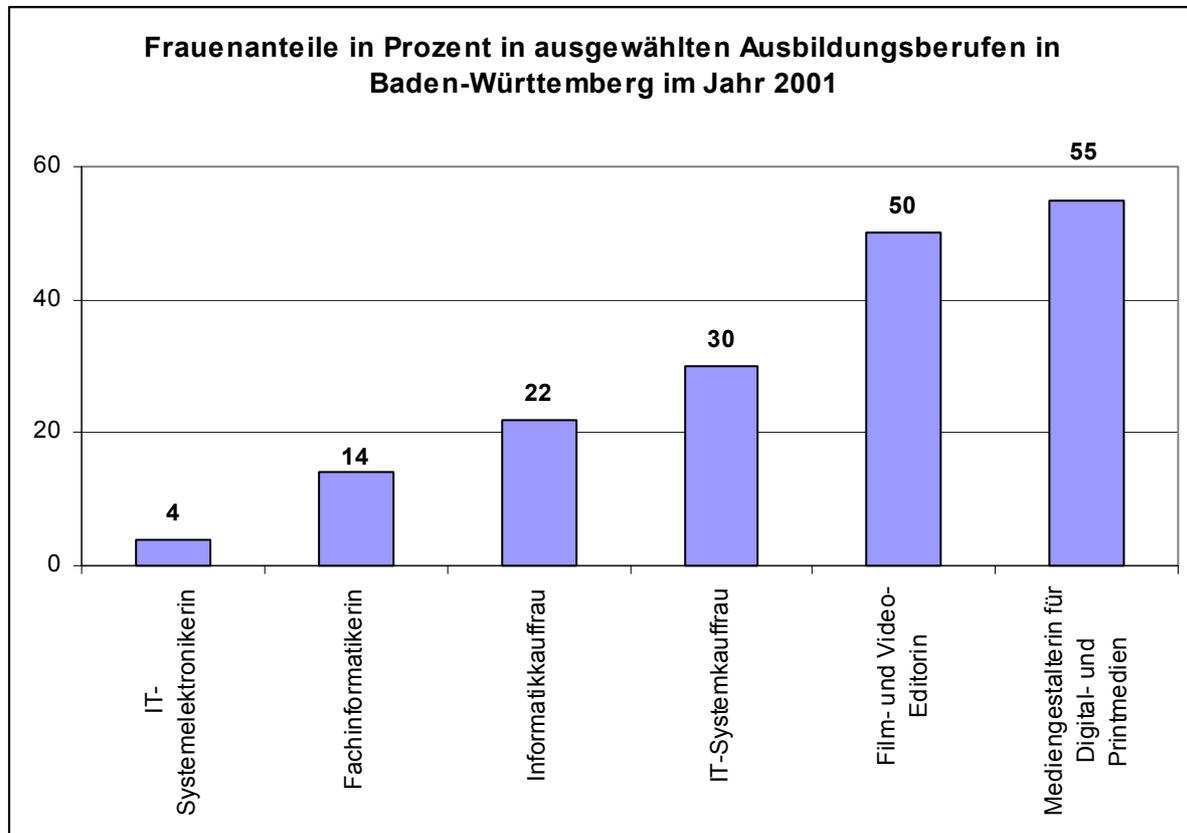
Quelle: Huber et al. 2001, eig. Darstellung

Allerdings gibt es auch auf dem Feld der beruflichen Ausbildung noch einiges zu tun. Dies zeigt eine Übersicht der Geschlechterverteilung in ausgewählten Berufen (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2002): In den meisten IT-Berufen überwiegen männliche Auszubildende. Gliedert man den gesamten IT-Bereich in die Sparten IT-Kaufleute und IT-Techniker, so zeigt

⁷ So zum Beispiel beim Ranking der Zeitschrift „Wirtschaftswoche“ im Frühjahr 2003.

sich, dass unter den Kaufleuten im Jahr 2001 etwas mehr als jeder vierte Auszubildende weiblich war, unter den Technikern aber nur etwa jeder vierzehnte. Multimediaberufe sprechen dagegen beide Geschlechter an. Hier waren im Jahr 2001 gut 54 Prozent der Auszubildenden weiblich (vgl. auch die Zahlen in: Kontaktstellen Frau und Beruf, 2002).

Abbildung 5: Frauen in ausgewählten Ausbildungsberufen 2001



Quelle: eig. Darstellung

Offenbar gibt es eine Präferenz von Frauen für gestalterische Medienberufe. Eine Ursachenanalyse für diese Tatsache kann in diesem Beitrag aufgrund der Vielschichtigkeit möglicher Ursachen nicht gegeben werden.

Um mehr Frauen für IT-relevante Berufe zu begeistern, gibt es vielfältige örtliche Initiativen wie Schnupper- oder Orientierungstage („IT Frauen-Forum“) von Industrie- und Handelskammern, von Universitäten, Fachhochschulen oder Berufsakademien und Schulen. Ferner hat es aber in den letzten Jahren einen kontinuierlichen Ausbau des IT-Ausbildungsangebots gegeben. So haben beispielsweise die Fachhochschulen und Berufs-Akademien ihr IT-Angebot stark ausgebaut. Nicht nur im dualen System - das von den Kammern und den (Teilzeit-) Berufsschulen gemeinsam getragen wird - sondern auch an den beruflichen Vollzeitschulen haben Ausbildungsgänge für IT- und Medienberufe in den vergangenen Jahren einen großen Aufschwung genommen. Wachsende Bedeutung erlangt nach den Analysen des Statistischen Landesamtes (2002) auch die IT- und Medienakzentuierung an den Technischen Gymnasien, an denen vor allem Realschulabsolventen innerhalb von drei Jahren noch zur Abiturprüfung gelangen. Nach absoluten Zahlen haben Mädchen und junge Frauen von dieser Entwicklung profitiert.

Auch bundesweit wird an einer Erhöhung der Anteile von Frauen in IT-Berufen gearbeitet. So will der „Girls-Day“⁸ im Frühjahr 2003 Mädchen und junge Frauen für IT- und Technikberufe begeistern. Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Institutionen laden Schülerinnen der Klassen 5 bis 10 für einen Tag zu einem Besuch ihrer Arbeitsstätten ein. Insbesondere zukunftsorientierte, technische und techniknahe Berufsfelder, die Mädchen bei der Berufsorientierung nur selten in Betracht ziehen, rücken damit ins Blickfeld. Sind die Mädchen mehr an Berufen interessiert, die niemand aus ihrem Bekanntenkreis ausübt, so können sie sich auch selbst auf die Suche nach einem Girls-Day-Arbeitsplatz machen. Eine Aktionslandkarte (<http://www.girls-day.de> → Aktionslandkarte) zeigt nach Bundesländern geordnet die Institutionen, die entsprechende Plätze anbieten.

Ein Projekt, das von der deutschen Niederlassung der IBM in Böblingen koordiniert wird, ist der „IBM MentorPlace“, der in vier bundesdeutschen Großstädten: Stuttgart, Frankfurt am Main, Mainz und Dresden angelaufen ist. Grundidee ist die praxisorientierte Heranführung von Mädchen und jungen Frauen, die kurz vor dem Einstieg ins Berufsleben stehen und ggf. förderbedürftig sind, an einen IT-Beruf. Zunächst identifizieren Fachlehrer interessierte und geeignete Schülerinnen. Im Projekt werden dann auf freiwilliger Basis jeweils eine IBM Mentorin mit einer Schülerin, der so genannten Mentee zusammengeführt. Die Dauer der Projektarbeit beträgt rund neun Monate, kann aber individuell variieren. Innerhalb dieser Zeit stellt die Mentorin ihrer Mentee ihre individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen zur Verfügung. Der Kontakt zu den Mentees wird überwiegend über E-Mail gehalten, zusätzlich werden die Mentees zu Offline-Workshops in IBM-Niederlassungen eingeladen. Um Fortschritte, Themen und Probleme zu diskutieren, können auch Telefonkonferenzen abgehalten werden, an denen die Lehrer und/oder die Mentorinnen teilnehmen. Damit sollen die Teilnehmerinnen

- Einstellungen und Fähigkeiten für die Zukunft zu entwickeln,
- beim Treffen schwieriger Entscheidungen unterstützt werden,
- bei der Erreichung ihrer schulischen Ziele unterstützt werden und
- über das Berufsleben und die Karrierechancen informiert werden.

Projektpartner sind das „Kompetenzzentrum Frauen in Informationsgesellschaft und Technologie“ sowie der „deutsche ingenieurinnen bund (dib) e.V.“.

Fazit

Der Graben, der in der Computer und IT-Welt noch vor einigen Jahren die Geschlechter trennte, ist - zumindest in Baden-Württemberg - deutlich kleiner geworden. Er ist noch nicht gänzlich verschwunden, aber er ist nahezu überbrückt, um im Bild zu bleiben. Das trifft insbesondere auf die Nutzung von PC und Internet zu. Gerade für die nachwachsende Generation gilt: Jungs und Mädchen, Männer und Frauen nehmen gleichermaßen die Möglichkeiten wahr, die die neue Technik bietet. Dass Mädchen und Jungs den Computer jeweils für ihre spezifischen Zwecke unterschiedlich nutzen, deutet auf einen Alltagsgebrauch hin und kann als Zeichen der Normalität gewertet werden. Allerdings sind diejenigen Mädchen und jungen Frauen, die bislang noch zu den Nicht-Nutzerinnen zählen, offenbar unter den sozial schwächeren Gruppen zu suchen und auch weniger gut formal gebildet. Hier könnten ggf. zukünftige Fördermaßnahmen ansetzen.

Im beruflichen Umfeld ist das Ausbildungsangebot für den IT- und Medien-Sektor in den letzten Jahren erheblich ausgeweitet worden. Bei der Ausbildungs- und Berufswahl gibt es geschlechts-

⁸ Eine Initiative mehrerer Bundesministerien, von Arbeitgeberverbänden, Gewerkschaften sowie der Initiative D21.

spezifische Präferenzen. Je technikorientierter ein Berufsbild ist, desto weniger Frauen sind dort zu finden. Was die genauen Ursachen hierfür sind, konnte hier nicht analysiert werden. Eine Ursachenanalyse wäre aber wünschenswert, um Entwicklungen besser gestalten zu können.

Literatur

- Berghaus, Margot (1999): Student und interaktive Medien. Theoretische Überlegungen und empirische Befunde zur „AlphaBITisierung“ der Hochschulen. In: Medienpsychologie, 11. Jg., 1999, Heft 4, S. 260-275.
- Bundesministeriums für Bildung und Forschung/Bundesanstalt für Arbeit/Deutsche Telekom AG/Zeitschrift Brigitte/Frauen geben Technik neue Impulse e.V. (2003): <http://www.frauen-ans-netz.de>, HTML-Dokument vom Februar 2003.
- Huber, Birgit/Isabelle Reiff/Esther Ruiz Ben/Britta Schinzel (2001): Frauen in IT- und ausgewählten technischen Ausbildungen und Berufen in Baden-Württemberg. Stuttgart: Arbeitsberichte der Akademie für Technikfolgenabschätzung, Nr. 213, PDF downloadbar unter der URL: <http://www.ta-akademie.de/deutsch/bestellungen/textelk/ab213/ab213a.pdf> (Link vom Januar 2003).
- Institut für Demoskopie Allensbach (2002): ACTA 2002, Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse. Informationen online unter der URL: <http://www.acta-online.de/> (Link vom Januar 2003).
- Kommission der Europäischen Gemeinschaften (2002): Vorschlag für einen Beschluss des Europäischen Parlaments und des Rates über ein Mehrjahresprogramm (2004-2006) für die wirksame Integration von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in die Systeme der allgemeinen und beruflichen Bildung in Europa (Programm „eLearning“). PDF-Dokument, 51 Seiten, downloadbar unter der URL: http://europa.eu.int/comm/education/elearning/doc/dec_de.pdf (Link vom Februar 2003).
- Kontaktstellen Frau und Beruf in Baden-Württemberg (Hrsg.) (2002): Frauen in Multimedia- und IT-Berufen, Freiburg: unveränderte 2. Auflage.
- Krahn, Helga (2002): Linkliste „Mädchen und Computer“, zusammengestellt von Helga Krahn, URL: <http://www.leu.bw.schule.de/allg/projekte/maedchen6.htm> (Link vom Januar 2003).
- Kultusministerium Baden-Württemberg (2002): 30.000 Lehrer sind bereits fit im Umgang mit Neuen Medien in der Schule. Artikel vom 31.07.2002 downloadbar unter der URL: <http://www.baden-wuerttemberg.de> (Link vom Januar 2003).
- Landesinstitut für Erziehung und Unterricht (2002): Mädchen, Jungen und Computer: Evaluationsstudie und Projektbericht, Redaktion Margarita Herrmann, Stuttgart: Materialien des Landesinstituts für Erziehung und Unterricht: SW 19, 82 S.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2002): JIM 2002. Jugend, Information, (Multi-)Media. Baden-Baden. Informationen und Zusammenfassungen unter der URL: <http://www.mpfs.de> (Link vom Januar 2003).
- Online-Forum Medienpädagogik (2002): URL: <http://www.kreidestriche.de> (Link vom Januar 2003).
- SevenOne Interactive (2002): @facts: Kontinuierliche repräsentative Befragung durch die Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analyse (Forsa). Informationen unter der URL: <http://www.71i.de> (Link vom Januar 2003).

- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (2002): IT- und Multimedia bleibt Zukunftsbranche: Enormer Anstieg der Ausbildungskapazitäten. Pressemitteilung vom 30.10.2002, abgerufen unter <http://www.statistik.baden-wuerttemberg.de/Pressemitt/336.asp> (Link vom Januar 2003).
- Senatsamt für die Gleichstellung Hamburg (2001): Frauen in Zukunftsberufen. Chance Multimedia, PDF abrufbar unter http://www.hamburg.de/fhh/behoerden/senatsamt_fuer_die_gleichstellung/veroeffentlichungen/PDF-Dateien/fiz-final1803.pdf (Link vom Februar 2003).
- TNS Emnid/Initiative D21 (2002): (N)Onliner-Atlas 2002,. PDF Dokument downloadbar unter der URL: http://www.initiativesd21.de/broschure/nonlineratlas_highlights.pdf (Link vom Januar 2003).
- TNS Emnid/Initiative D21/ Frauen geben Technik neue Impulse e.V. (2002): (N)Onliner-Atlas 2002. Gender-Mainstreaming Sonderauswertung. Internetnutzung von Frauen und Männern in Deutschland, PDF Dokument downloadbar unter der URL: http://www.initiativesd21.de/projekte/publikationen/nonliner_genderauswertung_summary.pdf (Link vom Februar 2003).
- Welker, Martin/Ulrich Winchenbach (Hrsg.) (2002): Herausforderung „Internet für alle“. Nutzung, Praxis, Perspektiven. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 4, Juli 2002, Stuttgart.
- Winker, Gabriele (2002): Frauen geben Technik neue Impulse. In: Welker, Martin/Ulrich Winchenbach (Hrsg.): Herausforderung „Internet für alle“: Nutzung, Praxis, Perspektiven. Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Band 4. Stuttgart 2002.

Maya Götz

Genderreflektierende Medienpädagogik

Die Kategorie Geschlecht ist in jeder Form von Kommunikation und somit auch in der Massenkommunikation präsent. Sie schwingt bei denen mit, die die Medienangebote herstellen, ist in den Produkten selbst inszeniert und lebt in der Vorstellung der Menschen, die Medien im Alltag nutzen, über sie nachdenken oder mit ihnen kommunizieren. Die Kategorie Geschlecht ist aber auch bei denen bedeutungsstrukturierender Teil, die in medienpädagogischer Arbeit mit der Aneignung und Eigenproduktion umgehen, und bei denen, die über diese Zusammenhänge forschen. Aufgabe einer Medienpädagogik, die diese Zusammenhänge nicht ignoriert, sondern reflektiert, ist es, diese Zusammenhänge einzubeziehen und nach den medienpädagogischen Konsequenzen und Praxisbezüglichen zu fragen. Dies ist leicht gefordert. Wo sich konkrete Ansatzpunkte im interdisziplinären Dschungel finden lassen, ist sehr viel schwieriger. Einige mögliche Pfade möchte ich im Folgenden kurz aufzeigen.

Medien als stereotype Inszenierung von Weiblichkeit und Männlichkeit entlarven

Einschlägige Studien zum Frauen- und Männerbild im Fernsehen, z.B. von Küchenhoff et al., arbeiteten bereits 1975 heraus, dass Frauen erheblich unterrepräsentiert und lediglich auf äußerliche Attraktivität begrenzt sind. In einer vergleichbaren Stichprobe kommt Weiderer 18 Jahre später zu erschreckend ähnlichen Ergebnissen. Zwar zeigt sich ein heterogeneres Bild der Frauen- und Männerdarstellung im deutschen Fernsehen, in fast allen untersuchten Aspekten bleibt es aber nach wie vor geschlechtsstereotyp ausgerichtet. So wird beim Alter und beim äußeren Erscheinungsbild von den Frauen eine weitgehende Annäherung an das Ideal von uniformer Jugendlichkeit und Attraktivität verlangt. Männern wird hier ein deutlich größerer Spielraum zugestanden. Während die Fernsehfrauen eher als zurückhaltend, sich unterordnend, freundlich und hilflos inszeniert werden, nehmen Männer häufiger aktive, zupackende, auch aggressive Rollen in statushohen Funktionen ein (Weiderer 1993, 324 ff.).

MedienmacherInnen neigen dabei dazu, ihre eigenen persönlichen Vorstellungen von „der Frau“ in Programmplanung, Regie, Bild, Ton und Medienforschung einzubringen (vgl. Nightingale 1990, 28 f.). Da nach wie vor die entscheidungstragenden Positionen im Produktionsprozess überproportional mit Männern besetzt sind, ist es zumeist das Bild von Männern von Frauen, das sich im Medienangebot widerspiegelt. So werden Frauen „vorgeführt“ und von Männern als das „andere“ Geschlecht konstruiert und oft als minderwertig und bedeutungslos dargestellt (vgl. Velte 1995, Mühlen Achs 1995, 21). Diese Erkenntnis wird übereinstimmend von verschiedensten internationalen Studien herausgearbeitet und ausdifferenziert (zusammenfassend u.a. bei Klaus 1998, 222 ff., Signorielli 2001, Witt 2000).

Selbst im Kinderfernsehen - einem Bereich, der aus pädagogischer Perspektive von besonderer Bedeutung ist - zeigt sich eine deutliche Unterrepräsentanz von Mädchen in Hauptrollen. Kleine und große Männer sind die Helden des Kinderprogramms. Sie bewältigen die Alltagsprobleme, setzen sich mit Gefahren auseinander und erleben Abenteuer. In den Neben- und StatistInnenrollen zeigt sich eine weitere Qualität männlicher Dominanz: Figuren, die nicht explizit einem Geschlecht zugehören, tragen männliche Vornamen. So wie bei den „Mainzelmännchen“ (ZDF) oder den „Schlumpfen“ (Sender wechselnd) gilt: nicht sexualisierte Wesen sind zunächst selbstverständlich männlich. Frauenfiguren symbolisieren die Abweichung vom männlichen Normalfall, sind im Sinne von Simone de Beauvoir „das andere Geschlecht“. Äußerlich werden die Abweichungen vom „männlichen Normalfall“ durch Besonderheiten wie Schleifchen und Röckchen gekennzeichnet, die dabei häufig in die Sexualisierung entgleiten. Die Dominanz stereotyper Darstellungen des Geschlechterverhältnisses und die Machtverteilung innerhalb der

Medienproduktion benachteiligen Frauen und Mädchen. Es dominiert der „männliche Blick“.¹ Zuschauerinnen sehen sich meist nur mit dem Blick von Männern auf Frauen und ihre Lebenslage konfrontiert. Gesellschaftlicher Wandel spiegelt sich in den Medien (hier am Beispiel Fernsehen) kaum wider.

Geschlechterreflektierender Medienpädagogik muss es darum gehen, diese seit Jahren zur Verfügung stehenden Ergebnisse konsequent in die (Aus-)Bildung einzubeziehen, denn die Bedeutung, die dieser Diskriminierung zukommt, ist hoch. Insbesondere für Mädchen, die sich eben nicht nur als nebensächlich und machtlos erfahren, weichen die meisten Fernsehfrauen von ihren eigenen Selbsteinschätzungen ab und eignen sich daher kaum für eine positive Orientierung. Zwar finden sie auch im Fernsehen einige starke Frauenfiguren, die selbstständig und kompetent handeln. Bekanntestes Beispiel im Kinderfernsehen ist sicherlich „Pippi Langstrumpf“, neuere Beispiele aus dem Programm sind „Pepper Ann“ (SRTL), „Lolle“ (Berlin, Berlin ARD) oder „Bella Block“ (ZDF). Sie unterscheiden sich erfrischend von den herkömmlichen Klischees. Für Mädchenfiguren, die Stärke und erotische Attraktivität verbinden, gilt jedoch wie für die meisten der positiv besetzten Mädchenfiguren im Fernsehen: sie sind makellos schön, ausgesprochen schlank und haben lange blonde Haare. Körperproportionen, die nicht dem Idealgewicht (bzw. einem Wert darunter) entsprechen, oder Gesichtsmerkmale, die von dem uniformen Schönheitsideal abweichen, sind nicht zu sehen, es sei denn als Thema der Handlung – sprich als Problem. Hier wird der „Mythos Schönheit“ (Wolf 1991) immer wieder von neuem untermauert.² Schönheit – und zwar in einem sehr eng gesteckten Verständnis – und Schlankheit werden scheinbar zur Grundvoraussetzung für einen Erfolg in Abenteuer, Beruf und Partnerschaft. Mädchen und Frauen werden damit in einem völlig unangemessenen Maße auf ihre Körperlichkeit verwiesen.³ Angloamerikanische Forschungen weisen darauf hin, dass sich durch die überschulken Fernsehfiguren das innere Idealkörperbild von Frauen „verdünnt“ und sie so ihren Teil zur hohen Zahl von Essstörungen beitragen (vgl. u.a. Bissell 2001, Botta 1999, Thompson et al. 1999, zusammenfassend Kochhan/Schemer 2001).

Dies in der medienpädagogischen Praxis zu thematisieren, ist ausgesprochen schwierig. Die Bilder sind tief verankert und ein Infragestellen der gesellschaftlichen Klischees geht zumeist mit einem Rütteln am eigenen Selbstbild einher. Hier gilt es Räume zu schaffen, in denen die Einschränkungen, die durch die engen Stereotypen der Medien entstehen, erfahren und selbstbestimmt erweitert werden. Dies gilt hierbei nicht nur für die Mädchen-, sondern auch für die Jungenarbeit. Sie stehen ebenfalls Klischees gegenüber, in denen sich die lebensweltlichen Erfahrungen nicht widerspiegeln und die dem Selbstbild nicht immer hilfreich sind (vgl. z.B. Cornell 1999, Hollstein 1999, Messner u.a. 1999). Ein gelungenes Beispiel für die Sensibilisierung der Dramatisierung von Geschlechterhierarchien zeigt Gitta Mühlen Achs in Seminaren für Studierende rund um „Körpersprache, Macht und Geschlecht“ (Mühlen Achs 1998). Hier wird u.a. am Beispiel von Printwerbung Hierarchisierung erfahrbar gemacht. Explizites Ziel ist es, durch das Spiel mit (medienvermittelten) Stereotypen die eigenen Kompetenzen zu erhöhen. Es geht darum „dass wir Geschlecht, wenn es denn schon gemacht werden muss, wenigstens unseren eigenen Vorstellungen und wirklichen Bedürfnissen entsprechend und im vollen

¹ Laura Mulvey spricht vom dreifachen „männlichen Blick“ (1975): der Regisseur, der die Figuren inszeniert, der Kameramann, der die Szene auf der Leinwand organisiert und der Protagonist, der die Frauenfiguren zum Objekt seiner Begierde macht.

² Naomi Wolf führt in ihrem Buch aus, wie kulturabhängig Schönheitsideale sind und welche Bedeutung sie jeweils haben. In den westlichen Industriegesellschaften, in denen Frauen sich zunehmend als eigenständige und gleichberechtigte Persönlichkeiten beweisen, wird der ständige Verweis auf ein unerreichbares Schönheitsideal zum „Rückschlag“. „Der Schönheitsmythos bekämpft die neue Freiheit der Frauen, indem er die ihr Leben einengenden sozialen Beschränkungen unmittelbar auf ihr Gesicht und ihren Körper verlagert. Als Reaktion darauf müssen wir jetzt in gleicher Weise nach unserer Einstellung zu unserem Körper fragen wie die Frauengenerationen vor uns nach ihrer Stellung in der Gesellschaft“ (Wolf 1991, S. 384).

³ Zu dieser Diskussion in der Geschlechterforschung vgl. z.B. Bohnacker et al. 1998.

Bewusstsein seiner sozialen Folgen machen können.“ (Mühlen-Achs 1998, 19)

Kommunikative Kompetenz heißt hierbei (u.a.) die „Dramatisierung der Geschlechter“ bewusst zu machen und überholte Klischees und Inszenierungsformen zu überwinden. Auf individueller Ebene geht es um einen aktiven, individuell angemessenen Umgang mit den Stereotypen. Entsprechende Ansätze gewinnbringend für Kindergarten, Schule und außerschulische medienpädagogische Arbeit zu entwickeln, ist eine noch viel zu wenig umgesetzte Praxis.⁴ Es sind aber nicht nur diejenigen fortzubilden, die vor dem Fernseher sitzen, sondern vor allem auch diejenigen, die diese Produkte herstellen. Ein vielversprechender Ansatz zur Förderung kommunikativer Kompetenz bei JournalistInnen und RedakteurInnen ist das Projekt „Screening Gender“. Aufbauend auf der Analyse des Geschlechterbildes in den Programmen öffentlich-rechtlicher Sender in Europa wurde ein multimediales Schulungspaket für Medienprofis entwickelt.⁵ Dies kann sicher nur ein erster Schritt sein, der aber unbedingt weiter auszubauen ist.

Geschlechterspezifische Präferenzen ernst nehmen, ohne zu hierarchisieren oder unangemessen zu stereotypisieren

Die Kategorie Geschlecht wird aber nicht nur in den Männer- und Frauenbildern in den Medienprodukten gemacht, sie ist auch bei den Nutzungspräferenzen empirisch relativ eindeutig nachzuweisen (zusammenfassend z.B. bei Klaus 1998, Cornelißen 1998, Moser 1998). Im Bereich Fernsehpräferenzen von Erwachsenen scheinen Frauen insgesamt sich gerne gefühlsorientierten Genres zuzuwenden, während Männer eher actionbetonte Genres bevorzugen (vgl. Röser/Kroll 1995, 32 f.). Ein Hintergrund könnte hierbei der jeweilige Kommunikationsstil sein. Die von Frauen präferierten Genres schließen eher an das weiblich definierte Konzept von „Interaktion / Beziehung / Gemeinschaft“ an, während die von Männern bevorzugten Sendungen eher ein männlich definiertes Konzept von „Aktion/Besonderung⁶/Sieg“ präsentieren (vgl. Klaus/Röser 1996, 50). Elisabeth Klaus und Jutta Röser gehen dabei davon aus, dass Medienangebote als „männlich“ oder „weiblich“ identifiziert werden (Klaus/Röser 1996, 38). Die „gendered genres“ führen zu „gendered audience“ (Angerer/Dorer 1996). Ähnliches spiegelt sich auch in den beliebtesten FernsehheldInnen von Kindern wider. Das Interesse von Jungen scheint sich eher auf Themen wie „Stärke“, „Kämpfe“ und „Überlegenheit“ in fantastischen, eher fiktiven Fernsehgeschichten zu richten. Mädchen hingegen richten ihr Interesse an Fernsehfiguren eher auf soziale Beziehung und „innere Handlung“, die realitätsnah sind (Paus-Haase 1998). Hierbei darf nicht übersehen werden, dass die quantitativen Schwerpunkte die Vielfalt und Abweichungen von diesem scheinbaren Normalfall verdecken. So sind für medienpädagogische Forschung und Praxis auch gerade die Jungen interessant, die begeistert Daily Soaps sehen (Winter/Neubauer 2002b) oder junge Frauen, die sich für Action, Horror oder Wrestling (z.B. Götz 1999) begeistern.

Die Schwerpunkte in den Medienvorlieben werden im Kontext geschlechterspezifischer Sozialisation gut nachvollziehbar. Mädchen und Frauen wird schon früh ein Interesse und eine Verantwortung für Kommunikation und das Gelingen von Beziehung angetragen, während Jungen und Männern eher ein Sich-Abgrenzen und Sich-Hervorheben nahe gelegt wird. Insofern finden sich diese Grundtendenzen auch in den inhaltlichen Präferenzen wieder. Dies ist z.B. auch ein Erklärungsansatz für die massenhafte Begeisterung von adoleszenten Mädchen für Daily Soaps. Denn in diesen Formaten finden sie nicht nur prozentual einen hohen Anteil an Frauenfi-

⁴ Ein möglicher Ansatz findet sich bei Eder u.a., die theoretische Vertiefung u.a. zur Kategorie Geschlecht und wie sie durch Medien gemacht wird anbieten (Eder 1999).

⁵ Nähere Informationen siehe www.yle.fi/gender

⁶ „Besonderung“ erfasst das Herausstellen der eigenen, besonderen Fähigkeiten im Verhältnis zu anderen. Anders als 'Absonderung' verweist *Besonderung* auf eine Trennung, die *das Gegenüber braucht, um die eigene Überlegenheit zu demonstrieren.*“ (Klaus/Röser 1996, S. 50, Fußnote).

guren, sondern auch die besondere Betonung von Beziehungen als Grundlage des Zusammenseins (vgl. Götz 2002b). Aufgabe geschlechterreflektierender medienpädagogischer Forschung ist es, diese Zusammenhänge zu untersuchen, sie in ihrer individuellen Bedeutung und den sozialen und kulturellen Funktionen zu verstehen und pädagogisch einzuschätzen. So kann die Soap-Begeisterung als Begleiterin durch die weibliche Adoleszenz verstanden werden. Sie begleitet in den „Verlust der Stimme“ (Brown/Gilligan 1994), gibt die Möglichkeit der „Auszeit“ in den Stürmen der Pubertät (Permin 2000). In den Gesprächen mit der Freundin über die Inhalte bietet sich eine Möglichkeit, bei sich zu bleiben und seine Stimme zu erheben (Raising Their Voices, Brown 1999). Für Jungen, die sich für diese Formate begeistern, wird die Soap zu einer Information über das „modernisierte Männliche“ (Winter/Neubauer 2002). Insofern unterstützt die Soap-Begeisterung die individuelle Lebensbewältigung, trägt aber durch die auch hier dominierenden medialen Stereotypen zu einer klischeehaften Vorstellung von Männlichkeit und Weiblichkeit bei.

Die unterschiedlichen Präferenzen und Lesarten können wichtige Grundlage medienpädagogischen Handelns sein. Die Forschungsgruppe um Helga Theunert beispielsweise untersuchte die geschlechterunterschiedliche Präferenz und Aneignung von Serien durch ältere Kinder (Eggert 2000). Als besondere Problemgruppe werden dabei Mädchen aus niedrigem Sozialmilieu identifiziert, die sich für Daily Soaps begeistern. Sie harmonisieren die Beziehungen und die Autorinnen befürchten, dass sie sich mit Hilfe der Soaps ein Klischee von Leben und Liebe erschaffen, in dem die Idealisierung von harmonischem Zusammensein und glücklicher Zweisamkeit im Vordergrund steht (Theunert 2000, 177). In einer weiteren Studie zu Daily Soaps kommen Ingrid Paus-Haase und Ulrike Wagner ebenfalls zu dem Ergebnis, dass Mädchen mit formal niedriger Bildung sich besonders an den Soaps orientieren (Paus-Haase 2001). Eben diese Gruppe wurde auch schon in einer früheren Studie zu Daily Talks als diejenige identifiziert, bei der medienpädagogische Maßnahmen am ehesten ansetzen sollten (Paus-Haase et al. 1999). Diese geschlechterspezifischen Ergebnisse geben hilfreiche Hinweise über sinnvolle medienpädagogische Ansatzpunkte. Im Sinne der Mädchenförderung ist es politisch unbedingt zu unterstützen, Mädchen mit weniger bevorzugten sozialen Ressourcen zusätzliche Angebote zu machen.

Gleichzeitig bergen medienpädagogische Studien zur geschlechterspezifischen Aneignung und die daraus folgenden praktischen Konsequenzen neben vielen Chancen auch die Gefahr, Mädchen ausschließlich als die Defizitgruppe zu identifizieren. Hierbei entstehen Hierarchisierungen und damit auch wieder eine Untermauerung der dominanten androzentrischen Perspektive. Eine Probandin einer ethnografischen Studie zur Bedeutung von Soap Operas formulierte es treffend: „Don't treat us like we're so stupid and naive“ (Seiter et al. 1994). Ein Hintergrund ist unser Verständnis von Medienkompetenz, die wir relativ schnell in Aussagen identifizieren, die durch Distanzierung und kritische Positionierung zum Medieninhalt geprägt sind. Dies ist sicherlich zutreffend, doch ist es nur eine mögliche Form der kritischen Auseinandersetzung und zudem eine, die sich eher an die männliche Sozialisation anschließen. Setzen Mädchen, wie es eine geschlechterspezifische Sozialisation nahe legt, Medien persönlich in Beziehung zu sich und ihrem Alltag, so wird dies schnell als ein Mangel an Medienkompetenz gedeutet. Auf die Gefahr entsprechender androzentrischer Fehleinschätzungen hat bereits Carol Gilligan (1984)⁷ hingewiesen. Sie und ihre Kolleginnen formulieren die Notwendigkeit, Mädchen in ihren vielfältigen Stimmen zuzuhören und sie ernst zu nehmen, auch wenn sie in ihren Formulierungen unsere eigenen Positionen in Frage stellen (Brown/Gilligan 1994, Brown 1998). Wenn wir die Aussagen der Mädchen als problematisch einordnen, sollten wir uns auch immer fragen, warum wir damit ein Problem haben und welche genderspezifischen Momente hier mitgetragen werden könnten. Eine geschlechterreflektierende Medienpädagogik setzt entsprechend nicht nur bei den Medien und den ZuschauerInnen an, sondern muss immer auch die eigenen Vorannahmen und Positionen kritisch reflektieren (vgl. hierzu auch Götz 1999, 65 ff.). Zu schnell entstehen Einschätzun-

⁷ Hier am Beispiel der Moralentwicklung nach Kohlberg.

gen über „die Jungen“ oder „die Mädchen“, die empirisch nicht angemessen sind. Vielversprechender ist es, die Medienaneignung als *Performing Gender* zu verstehen, in der die Mädchen und Jungen sich mit dem symbolischen Material inszenieren und ausdrücken. In diesem Sinne sind Medienpräferenzen und Medienkommunikation konsequent als etwas Gestaltetes zu begreifen, bei dem die Kategorie Geschlecht einen wichtigen Anteil hat. Diese verstehende und wertschätzende Grundlage bietet Ansätze für professionell pädagogisches Handeln.⁸

Der derzeit notwendige Praxisweg: geschlechterspezifische Medienpädagogik

Aufgabe einer geschlechterreflektierenden Medienpädagogik ist es, die vielschichtigen Strukturen der Benachteiligung aufzudecken und Chancen für eine Veränderung zu entwickeln. Konkretes Ziel einer geschlechterreflektierenden pädagogischen Praxis ist u.a. die Erweiterung der individuellen Möglichkeiten. Das heißt in erster Linie: Vielfältigkeit zu entwickeln. In der konkreten pädagogischen Praxis scheint es aber eher so zu sein, dass Mädchen und Jungen sich durch die Positionierung und Abgrenzung zum anderen Geschlecht in ihrer Vielfältigkeit eher einschränken. Aufbauend auf geschlechterspezifische Sozialisation, verstärkt durch stereotype Geschlechterbilder, greifen sie zu schnell auf Althergebrachtes zurück und begrenzen sich in ihren eigenen Möglichkeiten. Ein zumindest zeitweise notwendiger Weg sind geschlechterhomogene Gruppen, nicht weil Mädchen (oder Jungen) die jeweilige Defizitgruppe sind, sondern weil diese Freiräume öffnen.

In handlungsorientierten Projekten mit einer/einem genderreflektierenden, gleichgeschlechtlichen Trainer/in gilt es, Anlässe zu schaffen, die die Erweiterung der eigenen Grenzen herausfordern. In den bestehenden Gesellschaftsstrukturen „hegemonialer Männlichkeit“ (Cornell) muss es zunächst das Ziel medienpädagogischer Praxis sein, Mädchen und Frauen Räume zu eröffnen, in denen sie sich erfahren und mit Medien ausdrücken können. Die Erfahrung und Wertschätzung der eigenen Besonderheit und Fähigkeit ist hierbei zentrales Ziel. Bewährte Umsetzung findet dies in verschiedensten Projekten produktionsorientierter Medienpädagogik, in denen Mädchen z.B. Videos selber erstellen (zusammenfassender Überblick auch bei Luca 1998, 141 ff.) oder Computerprogramme für den Selbsta Ausdruck nutzen. Hier sind breit angelegte Projekte wie etwa die des Medienzentrums in Freiburg gefragt, die handlungsorientiert Medienkompetenzprojekte für Mädchen organisieren (medi@girls, Eble/Schumacher 2001). Andere beispielhafte Projekte werden vom Mädchenhaus Düsseldorf e.V. angeboten. In verschiedenen Projekten wird technische Medienkompetenz, vor allem aber kommunikative Kompetenz in der Nutzung und Gestaltung von Medien und der Konzeptionierung von medienpädagogischer Mädchen- und Frauenarbeit angeboten (vgl. Lehmann 2001, Jakob 2001).

Neben der möglichst breit angelegten Projektarbeit gilt es aber auch, die öffentliche Aufmerksamkeit und Anerkennung der Arbeiten von Mädchen voranzutreiben. Bei Videofestivals beispielsweise schneiden die Arbeiten der Mädchen oftmals schlecht ab. Die Praxis der Juroren ist häufig von einer unreflektierten Hierarchisierung von Männer- über Frauen-affine Genres und Schwerpunktsetzungen gekennzeichnet. Die interessanten Aussagen der Mädchengruppe und ihre spannende Symbolsprache werden nicht erkannt und die Produktionen aufgrund formaler Unterscheidung von den eher technikbegeisterten Produktionen von jungendominierten Gruppen zu schnell aus der Wahl genommen (vgl. Luca 1998). Hier bedarf es neben der Erweiterung der kommunikativen Kompetenzen der Juroren einer gezielten Förderung, z.B. von speziellen Veranstaltungen wie VIDEOGIRL (vgl. Schmitting 1998) und mehr öffentliche Aufmerksamkeit für die engagierten Projekte und die Arbeit der Mädchen.

⁸ Hierzu bietet die theoretische Diskussion und Studie von Ute Bechdolf (1999) *Puzzling Gender* interessante Ansätze.

Geschlechterspezifische Förderung ist aber nicht nur für Mädchen nötig. Auch Jungen fehlen Räume zur genderreflektierenden Auseinandersetzung und Erweiterung ihrer kommunikativen Kompetenz. Die Motivation kann dabei aber nicht sein, um etwas für Mädchen zu tun, Jungen zum Anerkennen und Ausdrücken einer potenziellen Schuld zu bewegen. Auch Jungenarbeit muss Jungen unterstützen wollen, ihnen Räume eröffnen, um mehr Vielfaltigkeit zu entwickeln. Neugier, Lust und Engagement für Jungen (nicht gegen sie) sind unbedingte Voraussetzung für pädagogisch professionelles Handeln. Erfrischend offene Arbeiten und fundierte Ansätze bieten die Medienprojekte der Stadt Wuppertal. In der aktiven Jungenarbeit werden hier Videofilme produziert, die für Macher und ZuschauerInnen (LeserInnen) überraschende Einblicke in Erfahrungen der Beschneidung (Videoarbeit mit MigrantInnen) oder ansonsten tabuisierte Themen wie Analverkehr (Videoarbeit mit schwulen Jungen) geben (v. Hören 2002). Dabei sei hervorzuheben, dass nicht jede medienpädagogische Aktion mit Jungen und einem gleichgeschlechtlichen Trainer automatisch Jungenarbeit ist (Neubauer/Winter 2002). Wie hilfreich die Diskussion in der Jungenpädagogik hier sein kann zeigen Beispiele wie die Radioarbeit mit Jungen die Harald Sickinger (2002) vorstellt und die sich am empirisch fundierte Balancemodell gelingenden Jungeseins (Neubauer/Winter 2001) orientiert.

Angesichts der gesellschaftlichen Machtstrukturen und der androzentrischen Dominanz der Angebote besteht (derzeit) eine deutliche Benachteiligung und pädagogischer Bedarf bei den Mädchen. Bei aller Notwendigkeit für eine reflektierte Jungenarbeit dürfen hier real bestehende Machtverhältnisse nicht übersehen werden. Insofern geht es auch in einer geschlechterreflektierenden Medienpädagogik darum, eine Doppelstrategie im Sinne des Gender Mainstreamings zu beachten. Im Sinne dieser Strategie, die sich ins Deutsche nur etwas unglücklich mit „Geschlechtergerechtigkeit“ übersetzen lässt, werden geschlechterbezogene Lebenslagen, Lebensentwürfe, Problemlagen und damit einhergehende Benachteiligungen beider Geschlechter zum Gegenstand der Auseinandersetzung. Wichtig ist hierbei, den aktiven gestaltenden Anteil der Menschen an ihrem Alltag und die Unterschiedlichkeit zwischen Menschen nicht zu negieren.⁹ Basierend auf der Akzeptanz individueller Wege geht es um die Förderung kommunikativer Kompetenz. Die Chance geschlechterreflektierender Medienpädagogik ist es hierbei, in Forschung und Praxis vorherrschende Machtstrukturen aufzudecken und Konzepte zur Veränderung zu entwerfen und umzusetzen.

Die Genderverhältnisse sind dabei tief in die Institutionen „eingebrannt“. Um dauerhaft - über die engagierte Einzelinitiative hinaus - Veränderungen anzubahnen, muss noch sehr viel weitergehend angesetzt werden. Eine Möglichkeit sind Trainings zu Gender Mainstreaming Prozessen. Sie zielen eben nicht nur auf die engagierten - meist ohnehin schon genderreflektierenden MitarbeiterInnen - sondern schulen bis in die meist männerdominierten Chefetagen von Institutionen und Organisationen hinein. Was in anderen europäischen Ländern staatlich befürwortet und finanziell gefördert ist, steht bei uns immer noch am Anfang, obwohl es (auch hier) dringend notwendig wäre.

Zusammenfassend: geschlechterreflektierende Medienpädagogik

Ähnlich wie in dem Diskurs der Geschlechterforschung geht es zunächst darum, Geschlecht als (wissenschaftliche) Kategorie einzuführen und Diskriminierungen sowie Benachteiligungen sichtbar zu machen. Hier stehen vor allem Medienanalysen an, aber auch Fragen des gleichberechtigten Zugangs zu Medien und ihrer Nutzung. Im Sinne eines sozialisationsbedingten Differenzansatzes müssen Chancen gesucht werden, Mädchen und Jungen bzw. Frauen und Männer mit ihren jeweiligen lebensweltlichen Themen geschlechterspezifisch zu unterstützen. Eine unangemessene Polarisierung, die vermeintlich „Weibliches“ bzw. „Männliches“ stereotypi-

⁹ Die Strategie des Gender Mainstreamings hielt bereits 1995 im vierten Aktionsprogramm zur Chancengleichheit und im Amsterdamer Vertrag von 1996 in die Politik der EU Einzug (vgl. Scherr 2001).

siert und die empirisch vorhandene Vielfaltigkeit verdeckt, ist dabei in der Forschung ebenso zu vermeiden wie eine unangemessene Stigmatisierung von Mädchen als Defizitgruppe. In der Praxis ist es ein zumindest zeitweise notwendiger Weg, geschlechtergetrennt zu arbeiten, um Vielfaltigkeit und Ausdifferenzierung zu ermöglichen. Dies gilt dabei nicht nur für Mädchen, sondern auch für Jungen. Die aktuellen Machtstrukturen machen jedoch (derzeit) Mädchenförderung eindeutig vorrangig. Dabei gilt es eben nicht nur, die Machtdefizite kompensatorisch in Einzelprojekten ein wenig auszugleichen, sondern die Machtstrukturen, die auch in pädagogischen oder für pädagogische Arbeit zuständigen Institutionen vorherrschen, zu hinterfragen und schrittweise zu verändern. Insofern geht es auch in einer geschlechterreflektierenden Medienpädagogik darum, eine Doppelstrategie im Sinne des Gender Mainstreamings zu beachten. Die Chance geschlechterreflektierender Medienpädagogik ist es hierbei, in Forschung und Praxis vorherrschende Machtstrukturen aufzudecken und zu verändern.

Literatur

- Angerer, Marie-Luise/Dorer, Johanna (1996): Gendered Genres and Gendered Audiences. Genealogie der feministischen Rezeptions- und Fernsehforschung. In: Marci-Boehncke, Gudrun; Werner, Petra; Wischermann, Ulla (Hrsg.): BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung. Weinheim: Deutscher Studien Verlag, S. 61-78.
- Beauvoir, Simone de (1961): Das andere Geschlecht. München/Zürich: Droemersch Verlagsanstalt.
- Bechdolf, Ute (1999): Puzzling Gender. Re- und De-Konstruktionen von Geschlechterverhältnissen im und beim Musikfernsehen. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Bissell, Kimberly L. (2001): I want to be thin like you. Gender and race as factors that predict cultural expectations for thinness and beauty in women. A paper presented to the Visual Communications Interest Group at the annual meeting of the ICA in Washington, D.C. May 24-28, 2001.
- Bohnacker, Anke/Eckart, Christel/Jansen, Mechtild M./Köhler-Enders, Christiane (Hrsg.) (1998): Körperpolitik mit dem Frauenleib. Schriftenreihe der Interdisziplinären Arbeitsgruppe Frauenforschung (IAG) der Gesamthochschule Kassel. (Wissenschaft ist Frauensache Bd. 6.) Kassel: Jenior u. Preßler.
- Botta, Renee A. (1999): Television images and adolescent girls' body image disturbance. In: Journal of Communication, 49/1999/2, S. 22-41.
- Brown, Mary Ellen (Hrsg.) (1994): Television and women's culture. The politics of the popular. London / Thousand Oaks / New Dehli: SAGE.
- Brown, Lyn, M. (1999): Raising their voices. The politics of girls' anger. Cambridge / London: Harvard University Press.
- Brown, Lyn, M./Gilligan Carol (1994): Die verlorene Stimme - Wendepunkte in der Entwicklung von Mädchen und Frauen. Frankfurt a.M./ New York: Campus.
- Chodorow, Nancy (1985): Das Erbe der Mütter - Psychoanalyse und Soziologie der Geschlechter. München: Frauenoffensive.
- Cornell, Robert W. (1999): Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeit. Opladen: Leske u. Budrich.
- Cornelißen, Waltraud (1998): Fernsehgebrauch und Geschlecht. Zur Rolle des Fernsehens im Alltag von Frauen und Männern. Opladen u.a.: Westdeutscher Verlag.

- Eble, Karin/Schumacher, Irene: *medi@girls- Stärkung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen*. Unveröffentlichter Sachbericht 2001 des Wissenschaftlichen Instituts des Jugendhilfswerks Freiburg e.V.
- Eder, Sabine (1999): „Supermann rettet Prinzessin!“ Die Kategorie „Geschlecht“ in Gesellschaft und Medien. In: Eder, Sabine; Neuss, Norbert; Zipf, Jürgen: *Medienprojekte in Kindergarten und Hort*. Im Auftrag der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für Privaten Rundfunk (NLM). (Schriftenreihe der NLM Bd. 3) Berlin: Vistas.
- Eggert, Susanne (2000): Von Frauen, Männern und Menschen – Wie Mädchen und Jungen die Serienfiguren sehen. In: Theunert, Helga; Gebel, Christa (Hrsg.): *Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung*. (BLM-Schriftenreihe Bd. 63) München: Fischer, S. 97-129.
- Gilligan, Carol (1984): *Die andere Stimme - Lebenskonflikte und Moral der Frau*. München / Zürich: Piper.
- Götz, Maya (1999): *Mädchen und Fernsehen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz*. München: KoPäd.
- Götz, Maya (1999b): Männer sind die Helden: Geschlechterverhältnisse im Kinderfernsehen. In: *TelevIZION*, 12/1999/1, S. 33-35.
- Götz, Maya (2002): Soap-Begeisterung als Begleiterin durch die weibliche Adoleszenz. In: Götz, Maya (Hrsg.): *Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen*. München: KoPäd, S. 315-330.
- Götz, Maya (Hrsg.) (2002): *Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen*. (Reihe Edition TelevIZION) München: KoPäd.
- Götzfried, Klaus/Prüfer, Gregor (2001): Jungengruppen gehen ins Netz. In: Anfang, Günther; Demmler, Kathrin; Lutz, Klaus (Hrsg.): *Erlebniswelt Multimedia. Computerprojekte mit Kindern und Jugendlichen*. München: KoPäd, S. 147-149.
- Hollstein, Walter (1999): *Männerdämmerung. Von Tätern, Opfern, Schurken und Helden*. Göttingen: Vandenhoeck u. Ruprecht.
- Jakop, Iris (2001): Multimedia mit Mädchen. In: Anfang, Günther; Demmler, Kathrin; Lutz, Klaus (Hrsg.): *Erlebniswelt Multimedia. Computerprojekte mit Kindern und Jugendlichen*. München: KoPäd, S. 140-143.
- Klaus, Elisabeth (1998): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frau in den Massenmedien und im Journalismus*. Opladen / Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Klaus, Elisabeth/Röser, Jutta (1996): Fernsehen und Geschlecht. Geschlechtsgebundene Kommunikationsstile in der Medienrezeption und -produktion. In: Marci-Boehncke, Gudrun; Werner, Petra; Wischermann, Ulla (Hrsg.): *BlickRichtung Frauen. Theorien und Methoden geschlechtsspezifischer Rezeptionsforschung*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag, S. 37-60.
- Kochhan, Christoph/Schemer, Christian (2001): Schönheitsideale in Daily Soaps. Zum Wirklichkeitspotenzial von „Attraktivitätsstandards“ auf die Körperbilder der Rezipienten. In: *Medien praktisch, Texte*, 4/2000, S. 68-75.
- Küchenhoff, Erich (1975): *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*. (Schriften des Bundesministeriums für Jugend, Familie und Gesundheit Bd. 34) Stuttgart: Kohlhammer.
- Lehmann, Karen (2001): *Trinetta – Medien für Mädchen*. In: Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (Hrsg.): *Medienkompetenz in Theorie und Praxis*. Bielefeld: GMK, S. 60-67.

- Luca, Renate (1998): Medien und weibliche Identitätsbildung. Körper, Sexualität und Begehren in Selbst- und Fremdbildern junger Frauen. Frankfurt a.M./New York: Campus.
- Messner, Mike/Hunt, Darnell/Dunbar, Michele (1999): Boys to men. Sports media. Messages about masculinity. Oakland, CA: Children Now. www.childrennow.org
- Moser, Heinz (1998): Medienrezeption und -aneignung im Kontext der Geschlechtersozialisation. In: Horstkemper, Marianne (Hrsg.): Zwischen Dramatisierung und Individualisierung. Opladen: Leske u. Budrich, S. 143-166.
- Mühlen Achs, Gitta (1991): Weibliche Sozialisation durch Massenmedien: Karikaturen als Vorbild? In: Neubeck-Fischer, Helga (Hrsg.): Frauen und Abhängigkeit. München: Fachhochschule, FB Sozialwesen, S. 73-90.
- Mühlen Achs, Gitta (1995): Frauenbilder: Konstruktionen des *anderen* Geschlechts. In: Mühlen Achs, Gitta; Schorb, Bernd (Hrsg.): Geschlecht und Medien. München: KoPäd, S.13-37.
- Mühlen Achs, Gitta (1998): Geschlecht bewusst gemacht: Körpersprachliche Inszenierungen. Ein Bilder- und Arbeitsbuch. München: Frauenoffensive.
- Mulvey, Laura (1975): Visual Pleasure and Narrative Cinema. In: Screen, 16/1975/3, S. 6-18.
- Nightingale, Virginia (1990): Women as Audiences. In: Brown, Mary Ellen (Hrsg.): Television and women's culture. The politics of the popular. London/Newbury/New Delhi: SAGE, S. 25-36.
- Paus-Haase, Ingrid (2001): Schlussfolgerungen: Daily Talks und Daily Soaps als Foren der Alltagskommunikation. In: Göttlich, Udo; Krotz, Friedrich; Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.): Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen. Opladen: Leske u. Budrich, S. 311-329.
- Paus-Haase, Ingrid/Hasebrink, Uwe/Mattusch, Uwe/Keuneke, Susanne/Krotz, Friedrich (1999): Schlussfolgerungen für die medienpädagogische Theorie und Praxis. In: Paus-Haase, Ingrid; Schnatmeyer, Dorothee; Wegener, Claudia (Hrsg.): Informationen, Emotionen, Sensationen. Wenn im Fernsehen die Grenzen zerfließen. (Schriften zur Medienpädagogik Bd. 30) Bielefeld: GMK, S. 236-253.
- Paus-Haase, Ingrid (1998): Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten in Kindergarten, Peer-Group und Kinderfreundschaften. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Permien, Hanna (2000): Von überschäumenden Gefühlen und Mädchenträumen. In: TelevIZION, 13/2000/2, S.29-35.
- Rakow, Lana (1986): Rethinking gender research in communications. In: Journal of Communication, 36/1986/3, S. 11-26.
- Röser, Jutta/Kroll, Claudia (1995): Was Männer und Frauen vor dem Bildschirm erleben: Rezeption von Sexismus und Gewalt im Fernsehen. (Dokumente und Berichte Bd. 32) Hrsg.: Ministerium für die Gleichstellung von Frau und Mann Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf.
- Scherr, Albert (2001): Gender Mainstreaming – Chance und Herausforderung für Kinder und Jugendliche. In: Ginsheim, Gabriele v.; Meyer, Dorit (Hrsg.): Gender Mainstreaming, neue Perspektiven für die Jugendhilfe. Berlin: Sozialpädagogisches Institut, S. 17-24.
- Schmitting, Inge (1998): Girls, Videos und bunte, fließende Bilder. Geschlechtsbewußte Medienaneignung von Mädchen. In: Beinzger, Dagmar u.a. (Hrsg.): Im Wyberspace – Mädchen und Frauen in der Medienlandschaft. (Schriften zur Medienpädagogik Bd. 26) Bielefeld: GMK, S. 214-221.

- Seiter, Ellen/Borchers, Hans/Kreutzner, Gabriele/Warth, Eva-Maria (1994): „Don't treat us like we're so stupid and naive: Toward an ethnography of soap opera viewers. In: Angerer, Marie/Dorer, Johanna (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation: Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller, S. 161-180.
- Sickinger, Harald (2002): Boyz Voice. Radiomachen als Jungenarbeit. In: Stutzenhecker, Benedikt; Winter, Reinhard (Hrsg.): Praxis der Jungenarbeit. Modelle, Methoden und Erfahrungen aus pädagogischen Arbeitsfeldern. Weinheim / München: Juventa, S. 207-216.
- Signorielli, Nancy (2001): Television's gender role images and contribution to stereotyping. Past, present, future. In: Singer, Dorothy (Hrsg.): Handbook of children and the media. Thousand Oaks, CA: SAGE, S. 341-358.
- Theunert, Helga/Gebel, Christa (2000) (Hrsg.): Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung. Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend. (BLM-Schriftenreihe Bd. 63) München: Reinhard Fischer.
- Thompson, Kevin J./Heinberg, Lessly J. (1999): The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? In: Journal of Social Issues, 55/1999/2, S. 339-353.
- Velte, Jutta (1995): Die Darstellung von Frauen in den Medien. In: Fröhlich, Romy; Holtz-Bacha, Christina (Hrsg.) unter Mitarbeit von Velte, Jutta: Frauen und Medien - Eine Synopse der deutschen Forschung. Opladen: Westdeutscher Verlag, S.181-241.
- Weiderer, Monika (1993): Das Frauenbild im Deutschen Fernsehen - Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Programme von ARD, ZDF und RTL Plus. Regensburg: S. Roderer.
- Winter, Reinhard/Neubauer, Gunter (2002b): Da kannst Du mal sehen: Jungen und Soaps. In: Götz, Maya (Hrsg.): Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München: KoPäd, S. 331-356.
- Witt, Susan (2000): The influence of television on children's gender role socialisation. In: Childhood Education, 76/2000/5, Annual Theme 2000. S. 322-324.
- Wolf, Naomi (1991): Der Mythos Schönheit. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- Winter, Reinhard/Neubauer, Gunter (2002): Dies und Das. Das Variablenmodell „balanciertes Jungesein“ und die Praxis der Jungenarbeit. In: Stutzenhecker, Benedikt/Winter, Reinhard (Hrsg.): Praxis der Jungenarbeit. Modelle, Methoden und Erfahrungen aus pädagogischen Arbeitsfeldern. Weinheim/München: Juventa 2002, S. 27-36.
- Winter, Reinhard/Neubauer, Gunter (2001): Dies und Das. Das Variablenmodell „balanciertes Junge- und Mannsein“ als Grundlage für pädagogische Arbeit mit Jungen und Männern. (Jugendpädagogische Materialien Bd. 1) Tübingen: Neuling.
- Von Hören, Andreas (2002): Der projizierte Held. Videoproduktionen mit Jungen. In: Stutzenhecker, Benedikt; Winter, Reinhard (Hrsg.): Praxis der Jungenarbeit. Modelle, Methoden und Erfahrungen aus pädagogischen Arbeitsfeldern. Weinheim/München: Juventa, S. 229-246.

Gertraud Koch/Gabriele Winker

Genderforschung im geschlechterdifferenten Feld der Technik

Perspektiven für die Gewinnung von Gestaltungskompetenz

Die Genderforschung sieht sich in einem in einem Dilemma: zwischen ungewollter Reproduktion von Geschlechterstereotypen einerseits und unangemessener Entwertung der Kategorie Geschlecht andererseits. Deutlich wird dies vor allem in der Mädchen- und Frauenförderung im technischen Bereich. Zwar ist die Genderforschung inzwischen mehr als drei Jahrzehnte aktiv und hat in dieser Zeit wichtige Forschungsergebnisse zu der Frage vorgelegt, warum Frauen die Technikfächer meiden. Doch nun geht es darum, dieses Wissen um neue Perspektiven zu erweitern, damit die Genderforschung Gestaltungskompetenz im technischen Feld gewinnen kann.

Das Dilemma

In der deutschen Geschlechterforschung ist vielfach vom Bedeutungsverlust der Kategorie Geschlecht die Rede. „Postmoderne, individualisierungs- und differenztheoretische Sozialdiagnosen konstatieren eine Auflösung überkommener Strukturen des Geschlechterverhältnisses oder eine Deinstitutionalisierung von Geschlecht im Zusammenhang einer zunehmenden Erosion kollektiver Soziallagen und Sinnbezüge“ (Becker-Schmidt/Knapp 2000, 143). Die zunehmende Arbeitsmarktintegration von Frauen, Pluralisierung von Lebensstilen, Ehe- und Familienformen werden als Ausdruck dieser Entwicklung interpretiert. Sicher sind diese Entwicklungen empirisch evident. Männer und Frauen sind von dieser Pluralisierung der Lebensstile und -lagen gleichermaßen, wenn auch nicht in gleicher Weise betroffen. Andererseits ist in Technikstudiengängen und -berufen nach wie vor eine enorme Geschlechterdifferenz vorhanden. Trotz Gleichberechtigung und freiem Zugang zum Bildungswesen für beide Geschlechter bleiben in der BRD Studentinnen in den Technikdisziplinen bis heute eine Ausnahmeerscheinung. Nach Zahlen des statistischen Bundesamtes beträgt der Studentinnenanteil im Wintersemester 2000/01 in der Elektrotechnik gerade einmal 6 Prozent und 14,3 Prozent im Maschinenbau/Verfahrenstechnik. Nur 15,3 Prozent aller Informatikstudierenden sind weiblich. (Bund-Länder-Kommission 2002) Die vielfältigen geschlechtersensitiven Aktivitäten, die erst von feministischer und dann auch von politischer Seite gestartet wurden, konnten nur in sehr geringem Umfang mehr Frauen für Technikberufe begeistern. Die dadurch erreichten Steigerungen des Frauenanteils sind so marginal, dass Ausbildungsverläufe an deutschen Hochschulen nach wie vor die bekannte, hohe Geschlechtertypizität aufweisen.

Angesichts dieser disparaten Entwicklung in der Gesamtgesellschaft einerseits und dem gesellschaftlichen Teilbereich der Technik andererseits leben GenderforscherInnen in einem unvermeidlichen Dilemma. Analysieren sie die bestehenden Differenzen, reproduzieren sie durch ihre Analyse die Ungleichheiten der Geschlechter, bestätigen sie einmal mehr und sorgen dadurch mit für ihren Fortbestand. Ignorieren sie hingegen die Differenzen und stellen sich auf den Standpunkt, angesichts der Auflösung traditioneller gesellschaftlicher Strukturen in Ehe, Familie und Beruf, spiele Geschlecht als soziologische Analyse-Kategorie nur noch eine geringe Rolle, so verkennen sie ganz offensichtlich die empirischen Gegebenheiten im technischen Feld.¹ Zerrissen

¹ Und nicht nur im technischen, sondern auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen wie in Führungspositionen in der Wirtschaft, im Militär, aber auch in Erziehungs- und Pflegeberufen gibt es deutliche Geschlechterunterschiede.

zwischen diesem Dilemma – zwischen ungewollter Reproduktion von Geschlechterstereotypen einerseits und unangemessener Entwertung der Kategorie Geschlecht andererseits – sind die Erkenntnisse der Genderforschung über Möglichkeiten der Initiierung und Verstetigung von geschlechtergerechter Partizipation eher spärlich.

Sehr deutlich wird das in der Mädchen- und Frauenförderung im technischen Bereich. So wurden an den Hochschulen etwa eine Fülle an Initiativen gestartet, die die weibliche Beteiligung an technischen Studiengängen durch geschlechtersensitive Bildungsangebote steigern sollen. Sie arbeiten mit mehr oder weniger Erfolg. Begleitende Evaluierungen, die hier und da stattfinden, geben nur in begrenztem Umfang darüber Aufschluss, welche Faktoren für die Wirksamkeit der Maßnahmen – die Steigerung des Frauenanteils in den technischen Disziplinen – ausschlaggebend sind. Eine wissenschaftliche Fundierung von geschlechtersensitiven Bildungskonzepten in den Technikdisziplinen leisten sie nicht. Damit gibt es zwar mehr oder minder vielversprechende Aktivitäten im empirischen Feld, jedoch keine wissenschaftlich abgesicherten Erkenntnisse darüber, wie tatsächlich mehr Geschlechterdemokratie in Technikberufen hergestellt werden kann.

Inzwischen wird zunehmend von Politik, Verwaltung und Wirtschaft die Erwartung an die Genderforschung herangetragen, ihren wissenschaftlichen Beitrag zur Überwindung der Geschlechterdifferenzen im technischen Feld zu leisten. Hintergrund ist der Bedarf an qualifizierten technischen Fachkräften, der derzeit nicht mehr ausschließlich aus der Gruppe der studierwilligen Männer gedeckt werden kann. Auch wenn zweifellos kritisch anzumerken ist, dass Frauen hier als stille Reserve missverstanden werden, so ist dennoch die Situation ausgesprochen günstig, einen Wandel zu mehr Geschlechtergerechtigkeit im technischen Feld zu initiieren. Diese historisch günstige Konstellation droht jedoch zu verstreichen, ohne dass sie zur Veränderung genutzt werden kann, wenn die Genderforschung nicht fähig ist, notwendiges Know-How für den Wandel bereit zu stellen. Zwar ist die Genderforschung im geschlechterdifferenzierten Feld der Technik inzwischen mehr als drei Jahrzehnten aktiv und hat in dieser Zeit wichtige Forschungsergebnisse zu der Frage vorgelegt, warum Frauen die Technikfächer meiden. Doch nun geht es darum, dieses Wissen um neue Perspektiven zu erweitern, damit die Genderforschung Gestaltungskompetenz im technischen Feld gewinnen kann. Dies ist notwendig, damit die dort noch immer bestehenden Diskriminierungen bearbeitet und auch die Technik und das technische Feld selbst geschlechtersensitiv gestaltet werden können. Wer sonst als die Genderforschung soll diesem gesellschaftlich erkannten und politisch artikulierten Bedarf entsprechen?

In der Ursachenforschung für die Geschlechterdifferenzen im technischen Feld kristallisieren sich verschiedene Begründungsmuster für die fehlende Beteiligung von Frauen in Technikdisziplinen heraus, die mit unterschiedlichen Differenzierungen, Gewichtungen und Schlussfolgerungen meist miteinander verwoben sind.

Kulturelle Konzepte von Männlichkeit und Weiblichkeit

Zum einen werden bestehende Geschlechterstereotypen verantwortlich gemacht, d.h. soziale Modelle von Weiblichkeit und Männlichkeit, die wichtig für die Herausbildung der individuellen Identität sind. Solche Geschlechtsstereotypen wurzeln in kulturellen Konzepten von Weiblichkeit und Männlichkeit und sind ausgesprochen langlebig. Immer wieder wird herausgearbeitet, dass Stereotype der Weiblichkeit sich diametral zu den kulturellen Bildern von Technik bewegen. Sozial akzeptierte weibliche Identitätskonzepte sind somit inkompatibel mit technischem Handeln. „Ob zuhause, von Freunden, Bekannten oder Verwandten, in der Schule oder am Arbeitsplatz, überall wird das traditionelle Bild, Technik sei nichts für Mädchen, nach wie vor verbreitet“ (Zwick/Renn 2000, 108). Technik wird der Männerwelt zugeschrieben und ist als „Vermittlerin von Macht und Stärke“ beteiligt an der Stabilisierung der Geschlechter-

Ungleichheit. Auch das Fehlen von weiblichen Vorbildern, die Identifikationspotenzial für die Mädchen bieten, wird immer wieder angeführt. Hedwig Rudolph findet in ihren Forschungen einen so engen Konnex zwischen Technik und Männlichkeit vor, dass sie Technik als „eines der letzten Refugien“ identifiziert, „in denen Männer sich ihrer Männlichkeit vergewissern und gleichzeitig die soziale Nachrangigkeit von Frauen signalisieren“ (Rudolph 1997, 11f.).

Im Gegensatz dazu bilden die weiblichen Geschlechtsstereotypen wie Sozialkompetenz, Emotionalität, Kommunikationsfähigkeit im westlichen kulturellen Verständnis einen deutlichen Gegensatz zu all dem, was Technik ist bzw. sein soll: planbar, exakt, rational konstruiert, vorher-sagbare Performanz usw. Die kulturell dominierenden Deutungen von weiblicher Identität und die kulturelle Deutung von Technik schließen einander vollständig aus. Frauen scheinen bei ihrer Identitätskonstruktion (in den meisten Fällen) bis heute vor der Wahl zu stehen, entweder sie begreifen sich als „weibliche Wesen“ und deuten dann unabhängig von ihrem tatsächlichen Tun ihre Arbeit vor allem als nicht-technische Tätigkeiten (Erb 1996, Koch 1999), oder sie empfinden sich von jeher schon als abweichend von ihren Geschlechtsgenossinnen und stellen ihre naturwissenschaftlich-technischen Neigungen in diesen Zusammenhang (Gisbert 1995). Die Technikkompetenz, die Frauen trotz aller geschlechterstereotypen Zuschreibungen in vielfältiger Weise entwickeln, bleibt so in den meisten Fällen eine „sekundäre Technikkompetenz“, bei der es sich um die Nutzung von Technik handelt. „Primäre Technikkompetenz“ entwickeln hingegen vor allem Männer, die in Entwicklungs- und Produktionszentren der Technik nach wie vor die Mehrheit bilden (Orland/Osietzki 1996, 171).

Angesichts solcher Beständigkeit des kulturellen Konnex von Männlichkeit und Technik wundert es nicht, dass Mädchen – zumal in der Pubertät – die Teilnahme an Physik- oder Informatik-Leistungskursen nicht als angemessenen Rahmen für die Entwicklung und Darstellung ihrer eigenen Geschlechtsidentität wahrnehmen. Sie befürchten bei der Wahl von technisch stereotypisierten Schwerpunkten als „unweiblich“ abgestempelt zu werden und sehen ihre Neigungen und entsprechend auch ihre berufliche Zukunft in nicht-technologischen Bereichen. Auch gilt besonders in technischen Berufen die Integration von Familie und Beruf als schwer umsetzbar – ein Kriterium, das für einige junge Frauen bei ihrer Berufswahl eine Rolle spielt (Vogel 1995). Solche Analysen der kulturellen Konstruktionen von Männlichkeit und Weiblichkeit haben zum Verständnis beigetragen wie die Reproduktion der differentiellen Geschlechterverhältnisse in der Technik funktioniert. Allerdings geschah dies um den Preis, dass diese Verhältnisse durch die Forschung nachvollzogen, bestätigt und damit manifestiert wurden. Trotz der erheblichen wissenschaftlichen Validität der kulturanalytischen Geschlechterforschung war sie damit aus frauenpolitischer Sicht kritikwürdig. Im Bewusstsein dieser Problematik ist zunehmend die Frage in den Blick gerückt, wie der enge Konnex zwischen Technik und Männlichkeit bzw. der Widerspruch zwischen Technik und Weiblichkeit aufzulösen sei. Da Menschen als gesellschaftliche Wesen in solche kulturellen Traditionen hinein sozialisiert werden, hat sich insbesondere die Sozialisations- und Bildungsforschung dieses Themas angenommen.

Geschlechterspezifische Sozialisation und Bildung

Als Ursprung für die Beständigkeit des kulturellen Konnex von Technik und Männlichkeit wird die geschlechtstypische Sozialisation der Mädchen und Jungen in Schule und Elternhaus angeführt. Verschiedene Studien kommen zu dem Ergebnis, dass die Sozialisation in einer Art und Weise erfolgt, die die bestehenden Geschlechterstereotypen reproduziert. Gerade in koedukativen Schulen wird nach diesen Erkenntnissen das Geschlechterverhältnis zur Ausgrenzung von Mädchen aktiviert und offenbar lassen sich Mädchen leichter auf traditionelle, technikdistanzierte Haltungen abdrängen (Funken/Hammerich/Schinzel 1996). Sie haben zudem seltener als Jungen einen eigenen Computer und Internetanschluss zu Hause (Deutsche Shell 2000). Allerdings lassen die diversen empirischen Vergleichsuntersuchungen letztlich die Fragen

offen, welche Unterrichtsorganisation – die Koedukation, die Monoedukation oder getrennter Unterricht auf Zeit – geeignet ist, gleichberechtigt die sozialen Fähigkeiten, die Leistungspotenziale und das Selbstbewusstsein von Mädchen (und Jungen) zu entwickeln und zu fördern (Nyssen 1996). Einzig unbestritten ist, dass das formale Gleichziehen der Mädchen und Jungen eine positive Auswirkung der Koedukation ist. Diese uneinheitliche Forschungslage legt die Vermutung nahe, dass die geschlechtsspezifische Sozialisation durch Erwachsene als alleinige Erklärung für die Stabilität von technikdistanzierten Geschlechtsstereotypen bei Mädchen zu kurz greift. Inzwischen wird neben der direkten bewussten Einflussnahme von Eltern und Lehrern auch die Eigeninitiative betont, die Kinder bei der Herausbildung ihrer Geschlechtsidentität ergreifen. Dieser Prozess der Konstitution einer eigenen geschlechtlichen Identität, der als universaler Vorgang in der Individuation jedes Menschen stattfindet, ist sozial und individuell zugleich (Gisbert 1995). Die Geschlechterforschung hat sich deswegen der Frage gewidmet, „wie Geschlecht in Interaktion konstituiert wird. Damit rückt das Verhältnis zwischen den Geschlechtern in den Mittelpunkt der Analyse“ (Faulstich-Wieland 1999, 131). Als Möglichkeit in der Schule das Geschlechterverhältnis zu enthierarchisieren, wird die *reflexive Koedukation* genannt, die eine kritische Auseinandersetzung mit der Geschlechterbeziehung anregen und damit ihre Veränderung anregen soll. „Getrennte Gruppen sind dabei keineswegs ausgeschlossen. Ihren Stellenwert erhalten sie jedoch nur dann, wenn eine Stärkung des Selbstbewusstseins von Mädchen und jungen Frauen bzw. eine antisexistische Entwicklung von Jungen tatsächlich erreicht werden kann“ (Faulstich-Wieland/Horstkemper 1996, 583). Aufgabe einer geschlechtersensitiven Pädagogik wäre demnach, „gegebene Ordnungsmuster zu ‚durchstören‘ und Handlungsimperative aufzulösen, damit sich quer zu den alten Rastern neue Sichtweisen eröffnen können“ (Uecker 1998, 110). Im Sinne von mehr geschlechtergerechter Partizipation ist es somit notwendig, Geschlecht als Ordnungssystem zu entwerten. Nur so entsteht Raum für neue, nicht an geschlechtlicher Identität orientierte Ordnungssysteme, die Wirklichkeit und damit auch technische Lebenswelten neu strukturieren können.

Geschlechterdifferenz bei Studienwahl und Berufseinstieg

Die Phase des Studiums und des Berufseinstiegs ist intensiv erforscht, aber nur wenige Studien lassen Anknüpfungspunkte über den Zusammenhang von Technik und Geschlecht erkennen. Einige AutorInnen sehen bei Schülerinnen ein „latentes Potenzial“ (Vogel/Hinz 2000) für ein technisches Studium (Roloff 1999, Minks 2000, Engler/Faulstich-Wieland 1995), das meistens jedoch nicht realisiert wird. „Der Masse der Frauen, die die Fähigkeiten für ein Ingenieurstudium mitbringen, kann dem gegenwärtigen Ingenieurstudium nicht einmal eine schwache Identifikation (...) abringen“ (Minks 2000, 8). Die Schülerinnen, die sich dennoch für ein technisches Studium oder Informatikstudium entscheiden, finden sich häufig in einer schwierigen Situation wieder. Im Studium der Ingenieurwissenschaften wird insbesondere an lebensweltliche Erfahrungen angeknüpft, die von Studenten häufiger als von Studentinnen gemacht wurden (Engler/Faulstich-Wieland 1995). Die inhaltliche und strukturelle Gestaltung des Studiums wirkt anscheinend auf sie besonders demotivierend, allerdings sind von der schlechten Studiensituation auch ihre männlichen Kollegen betroffen (Stein 1997). Insgesamt schätzen es Studentinnen in männerdominierten Ingenieurstudiengängen und der Informatik nicht sehr, wenn sie einen Sonderstatus erhalten und immer wieder auf die Differenz zwischen den Geschlechtern hingewiesen werden. Nur dort, wo sie tatsächlich Differenzerfahrungen gemacht haben, wie beispielsweise in handwerklich-technischen Bereichen, akzeptieren sie frauenspezifische Veranstaltungen. Ähnlich ambivalent reagieren Studentinnen auf die Darstellung der „weiblichen“ Anteile der Technikgeschichte. Einerseits sind weibliche Vorbilder im Bereich der Technik wichtig für die Studentinnen, andererseits besteht dabei auch die Gefahr, zu Stereotypisierungen und Abwertung beizutragen (Engler/Faulstich-Wieland 1995).

„Die Befunde, sowohl zu den Gründen der Entscheidung gegen ein Ingenieurstudium als auch zu den Gründen für den Studienabbruch von Frauen, zeigen deutlich, dass es im Unterschied zu den Männern nicht primär die Schwierigkeiten der Bewältigung des Studiums sind, sondern dessen nicht überwindbare Fremdheit und bei Studienabbrecherinnen der Verlust des Interesses und die Entfremdung vom Ingenieurstudium“ (Minks 2000, 10). Auch wenn ein frauenspezifischer Technikbezug nicht generell behauptet werden kann, so scheint eine dauerhafte Bindung an ein Ingenieurstudium und anschließend auch an den Beruf für Frauen nur dann möglich zu sein, wenn sie die Herausforderung bewältigen, die oben bereits beschriebene Inkompatibilität von Technikbezug und geschlechtsstereotypen Selbstkonzept auszubalancieren (Walter 1998). Dass das der Schlüssel für ein erfolgreiches Ingenieur- oder Informatikstudium ist, wird auch durch die Ergebnisse einer qualitativen Studie über Mathematikerinnen nahe gelegt (Gisbert 1995, 209). Erst die Überwindung der Diskrepanz zwischen weiblichem Selbstkonzept und männlichem Technikbild kann nach den Ergebnissen der oben zitierten Studien Technikberufe für Frauen attraktiv und lebbar machen.

Geschlechtersensitive Bildungspraxis der Hochschulen

An den Hochschulen haben engagierte Frauen inzwischen eine Reihe an Maßnahmen erdacht, die eben diese Diskrepanz zwischen weiblichem Selbstbild und Technikbild schmälern sollen. Aber auch sie sind mit dem oben beschriebenen theoretischen Dilemma der Genderforschung konfrontiert. Einerseits müssen sie in ihren Fördermaßnahmen vermeiden, Geschlechterdifferenzen zu reproduzieren, andererseits müssen sie real existierenden Geschlechterdifferenzen ins Auge sehen und nach Möglichkeiten suchen, sie zu dekonstruieren und außer Kraft zu setzen. Die bisher bekannten wissenschaftlichen Erkenntnisse können ihnen dabei nur bedingt Anhaltspunkte liefern. Für die Konzeption von geschlechtersensitiven Fördermaßnahmen, d.h. für den entdramatisierten Umgang mit real vorhandenen Geschlechterdifferenzen, stehen wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse bisher kaum zur Verfügung. Alle geschlechtersensitiven Angebote an Universitäten und Fachhochschulen sind von der Hoffnung getragen, mehr Frauen für Ingenieur- und Informatikstudium zu gewinnen und gleichzeitig sukzessive die Studiengänge bzw. die Fachkultur an die heutigen Anforderungen im Berufsleben anzupassen (Oechtering 1998; Metz-Göckel/Steck 1997).

Den AnbieterInnen von geschlechtersensitiven Angeboten geht es im Kern darum, soziale und kulturelle Anteile der Technik hervorzuheben und in technische Ausbildungen bzw. Studiengänge zu integrieren, um so für jungen Frauen Bezugs- und Identifikationspunkte zu schaffen. Dementsprechend sollen die bisher dominierenden männlich konnotierten Anteile im Studium auf eine angemessene Bedeutung zurückgeschraubt werden. So soll die im Studium notwendige fachliche Sozialisation beiden Geschlechtern ein harmonisches Miteinander von fachlicher und persönlicher Identität ermöglichen (Blättel-Mink 2001, 29). Gleichzeitig mit der geschlechtersensitiven Reformierung von Ingenieur- und Informatikstudium wird eine Qualitätssteigerung der Studiengänge selbst verbunden. Hierfür werden unterschiedliche Argumente angeführt: Die tatsächliche Arbeit von IngenieurInnen und InformatikerInnen entspreche nicht mehr dem gesellschaftlich vorherrschenden Bild von diesen Berufen als Tüftler und Bastler. Vielmehr seien heute im Hinblick auf die Komplexität der Technik und die globalen Entwicklungen in hohem Maße Projekt- und Teamarbeit, kommunikative Kompetenz, die Beherrschung von Fremdsprachen und interkulturelle Kommunikation gefordert.² Frauen und die Fähigkeiten, die sie ins technische Studium einbringen, werden als notwendige Ergänzung für das breite Kompetenzspektrum angesehen, das inzwischen von DiplomingenieurInnen und -informatikerInnen gefordert ist.

² Solche Aufzählungen werden mit unterschiedlicher Gewichtung und Bandbreite in einer Vielzahl von Publikationen angeführt, z.B. Dutinée 1999.

Die Maßnahmen setzen in unterschiedlichen Phasen der Bildungsbiografien von jungen Frauen ein, um deren technisches Interesse zu unterstützen und sie in ihrer Studienwahl zu bestärken. Oechtering (1998, 118) klassifiziert sie folgendermaßen:

- der Erwerb oder die Auffrischung von Kenntnissen bezüglich mathematischer, programmier-technischer oder fachpraktischer Grundlagen,
- die Neukonzeption von Lehrveranstaltungen,
- der Erwerb von Berufsfähigkeiten,
- die Praxisintegration in das Studium,
- monoedukative Lehre sowie
- Weiterbildungsangebote für Frauen.

Ob die gegenwärtig praktizierten Maßnahmen geeignet sind, die intendierten Veränderungen hervorzubringen ist offen. Denn auch sie bleiben in dem oben beschriebenen Dilemma zwischen Benennung und Bearbeitung von Geschlechterungleichheiten einerseits und Reproduktion derselben andererseits verhaftet. Um es zu bearbeiten und um mehr Gestaltungskompetenz in der Genderforschung zu erlangen, muss die in der Genderforschung schon lange artikulierte Forderung nach Differenzierung eingelöst werden, indem die Kategorie Geschlecht neu konzeptualisiert und in entsprechende Forschungskonzepte operationalisiert wird.

Die Interdependenz der Kategorie Geschlecht mit anderen Kategorien

Die Kategorie Geschlecht ist nach dem heutigen Stand der Genderforschung kein universal gültiges Konzept, sie ist erklärungsbedürftig geworden (Althoff/Bereswill/Riegraf 2001, 187). „Die Konfliktlinie zwischen den Geschlechtern zum einzig und alles entscheidenden politisch-gesellschaftlichen Unterschied zu erheben, bedeutet schließlich, einer falschen dualisierenden, polarisierenden Weltansicht zu folgen, in der andere Konfliktlinien ausgeblendet oder marginalisiert werden“. Andere wichtige gesellschaftliche Konfliktlinien und damit auch in diesen begründete, wesentliche Differenzen zwischen Frauen werden dadurch vernachlässigt (Klinger 1998, 27). Auch wenn diese Erkenntnis zunehmend um sich greift, wird sie von westlichen Genderforscherinnen noch immer nicht ausreichend berücksichtigt. Theoretikerinnen mit schwarzer Hautfarbe werden in der Genderforschung kaum wahrgenommen und sind im Zitierkartell nicht zu finden (Rodríguez 2000).

Das gilt gleichermaßen für das Forschungsfeld „Gender and Technology“. Keine der oben zitierten Studien, die sich den differenten Geschlechterverhältnissen in diesem Feld widmen, berücksichtigen, dass in dem scheinbar von westlichen Mittelschichtsmilieus geprägten Feld auch zahlreiche Menschen unterschiedlicher ethnischer und kultureller Herkunft lernen und arbeiten. Warum begegnet man in technischen Studiengängen verhältnismäßig vielen jungen Frauen mit Kopftuch, also islamischen Glaubens und damit arabischer, türkischer oder anderer nahöstlicher Herkunft? Nimmt man sie und ihren kulturellen Hintergrund in den Blick, ist weiterer Aufschluss über die Vergeschlechtlichung der Technik zu erwarten. Sicher würden auch weitere Differenzierungen der Kategorie Geschlecht deutlich werden.

Wie notwendig und ertragreich eine solche Differenzierung sein kann, zeigt die oben bereits zitierte Studie von Ulrike Vogel und Christiana Hinz, in der sie das Berufswahlverhalten von Schülerinnen und Schülern der 12. Klasse untersuchen. Die Autorinnen differenzieren mit Hilfe einer Clusteranalyse innerhalb der Schülerinnen und Schüler zunächst nach Leistungsprofilen und erst in zweiter Linie nach Geschlecht und kommen dabei zu dem Ergebnis, dass nur ein kleiner Teil der Untersuchungsgruppe tatsächlich die gesellschaftlich zugeschriebenen Unterschiede zwischen künstlerisch-musischer oder sprachlich-kommunikativer Begabung der Mädchen einerseits und technisch-praktischer Begabung der Jungen andererseits realisiert. An diesen

beiden Polen ist die Repräsentanz der beiden Geschlechter tatsächlich den gesellschaftlichen Stereotypen entsprechend. Aber immerhin haben 2/3 aller untersuchten Mädchen und Jungen Leistungsprofile, in denen Mädchen und Jungen etwa gleich stark vertreten sind (Vogel/Hinz 2000, 36f). Dort wo Schülerinnen von ihren Fähigkeiten und Neigungen her, das Potenzial für ein technisches Studium haben, wird es häufig nicht realisiert. Die in der Sozialisation vermittelten und angeeigneten geschlechtsspezifischen Leistungsstärken sind laut dieser Studie zwar vorhanden, aber bei weitem nicht so dominant wie angenommen und schon gar nicht hinreichend für die Erklärung der starken Unterrepräsentanz von Frauen in Ingenieur- und Informatikstudiengängen.

Die „Dramatisierung der Differenzen“ unter den Frauen, wie sie insbesondere von Wissenschaftlerinnen mit außer-westlichen Lebens- und Forschungszentrierungen formuliert werden, und die „Entdramatisierung der Differenzen“ zwischen Männern und Frauen, wie sie aus dem differenzierten Feld der Technik gefordert wird, verweisen auf die Notwendigkeit, die Kategorie Geschlecht zu differenzieren. Die Kategorie Geschlecht in ihrer Interaktion mit anderen soziologischen Kategorien und Zusammenhängen kenntlich zu machen, ist Voraussetzung, damit sie im Feld der Technik als Analyseinstrumentarium eingesetzt werden kann, ohne damit die bestehenden Geschlechterunterschiede übermächtig werden zu lassen und zu manifestieren. Eine Relativierung der Kategorie Geschlecht geht damit einher. In ihrer dichotomen Konzeptualisierung reicht sie mit ihrem Analysepotenzial nicht mehr aus, gesellschaftlich relevante Differenzen zwischen den Geschlechtern empirisch und theoretisch zu erfassen. Wer nun daraus den Schluss zieht, die Genderforschung werde damit insgesamt obsolet, wird sich getäuscht sehen. Denn die Themen und Arbeitsfelder werden nicht weniger, will man, wie oben dargestellt, eine relationale Konzeptualisierung von Geschlecht erarbeiten. Eine Intensivierung von empiriegeleiteter Theoriebildung ist dazu notwendig. Die Vielheit der Lebenslagen, -entwürfe und -themen von Männern und Frauen mit den dazugehörigen Subcodes der Vergeschlechtlichung, sind Gegenstand einer solchen Differenzierung, die die Verwobenheit der Kategorie Geschlecht mit anderen soziologischen Kategorien bzw. Typologien berücksichtigt.

Auf zu neuen Ufern – Perspektiven für mehr Gestaltungskompetenz der Genderforschung im technischen Feld

Was bedeuten nun die oben dargestellten Überlegungen für die Genderforschung im technischen Feld? Und wodurch kann in diesem Zusammenhang mehr Gestaltungskompetenz entstehen? Eine entstereotypisierte Erforschung von Geschlechterverhältnissen in der Technik braucht für vergleichende Untersuchungen zwischen Männern und Frauen Subkategorien, die auch andere Ordnungsgrößen als Geschlecht berücksichtigen. Wie sich diese verschiedenen Subkategorien zusammensetzen, lässt sich nicht ohne weiteres sagen. Vielfältige soziale, kulturelle und psychosoziale Faktoren, wie z.B. die Zugehörigkeit zu einem sozialen Milieu, die ethnische Herkunft, persönliche Erfahrungen u.a.m., können die Merkmale sein, die die Unterschiede in den Subkategorien bedingen. Das bedeutet, dass solche Subkategorien bzw. Typologien nur in einem darauf hin ausgelegten Forschungsprozess identifiziert werden können. Wollte man solche Subkategorien allgemein für Männer und Frauen einer spezifischen Gesellschaft herausarbeiten, wäre dazu ein groß angelegtes soziologisches Forschungsvorhaben notwendig. Denn die Parameter, die für eine so umfassende Konzeptualisierung von Typologien relevant sind, müssten aus nicht weniger als der gesellschaftlichen Wirklichkeit herausgearbeitet werden.

Übertragen auf das technische Feld lässt sich diese Aufgabe bescheidener formulieren. Hier kann man sich zunächst auf die Männer und Frauen beschränken, die dort zu finden sind. Die Bildung von Typologien beschränkt sich somit auf einen kleineren Ausschnitt gesellschaftlicher Wirklichkeit. Entsprechend liegt der Fokus insbesondere auf Merkmalen, die in diesem Feld Relevanz haben. Welche Merkmale tatsächlich zu den Entscheidenden gehören, kann nur im Rahmen eines

Forschungsprozesses herausgearbeitet werden. Für seine Konzeptualisierung liefert der dargestellte Forschungsstand im Bereich „Technik und Geschlecht“ eine ganze Reihe von Anhaltspunkten.

Am Gewinn von Gestaltungskompetenz im Feld der Technik wird sich der Wert einer solchen Typologisierung erweisen. Sind die Ergebnisse ähnlich gelagert wie in der Studie von Vogel und Hinz, dann ist zu erwarten, dass neben der Unterschiedlichkeit von Frauen und Männern auch Bereiche herausgearbeitet werden können, in denen Übereinstimmungen und Gemeinsamkeiten zwischen Männern und Frauen überwiegen. Damit würde es möglich, in den wissenschaftlichen Perspektiven auf die Technik die nach wie vor bestehende Geschlechterunterschiede in differenzierter Weise zu thematisieren, ohne in die für die Geschlechterdemokratie kontraproduktiven Stereotypisierungen zurück zu fallen – ein deutlicher Fortschritt gegenüber der heutigen Praxis.

Ein anderes Problem ist das fehlende Interesse von AbiturientInnen an technischen Studienfächern. Es sind nicht nur die jungen Frauen, sondern eben auch eine ganze Menge junger Männer, die kein Interesse mehr an einem Technikstudium zeigen. Analysen mit stereotypisierenden, binären Mann- und Frau-Kategorien haben hierfür lange den Blick verstellt. Liegen die Gründe offen und sind ausreichend differenziert dargestellt, warum ein technisches Studium so wenig attraktiv ist, so erwächst daraus die Kompetenz, Studienangebote oder andere regulierenden Einflussfaktoren entsprechend zu gestalten.

Ein weiteres empirisches Problem ist die Konzeption von geschlechtersensitiven Bildungsangeboten. Wann macht ein monoedukatives Studienangebot Sinn? Wann ist es eher kontraproduktiv, weil es Stereotypen reproduziert? Was macht eine Bildungsmaßnahme geschlechtersensitiv? Gäbe es für diese Fragen wissenschaftlich fundierte Kriterien, so würde das für die Konzeption solcher Maßnahmen einen wesentlichen Gewinn bedeuten. Der Zugang und Verbleib von Frauen in technischen Studiengängen könnten damit nachhaltig gesteigert werden. Insgesamt wären differenzierende Typologien hilfreich, um Lehr- und Bildungsangebote im technischen Bereich zielgruppengerecht zu gestalten und damit auch das Interesse an technischen Studiengängen deutlich zu erhöhen. Die hier genannten Beispiele, wie mehr Gestaltungskompetenz gewonnen werden könnte, entsprechen dem jetzigen Kenntnisstand. Der volle Umfang des Erkenntnispotenzial solcher differenzierender Typologien im technischen Feld wird erst absehbar sein, wenn sie tatsächlich vorliegen. Dass solche Typologien wissenschaftlich und praktisch relevant sein werden, dafür spricht vieles.

Literatur

- Althoff, Martina/Bereswill, Mechthild/Riegraf, Birgit (2001): *Feministische Methodologien und Methoden. Traditionen, Konzepte, Erörterungen*. Lehrbuchreihe zur sozialwissenschaftlichen Frauen- und Geschlechterforschung der Sektion Frauenforschung in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Band 2. Opladen.
- Becker-Schmidt, Regina/Knapp, Gudrun-Axeli (2000): *Feministische Theorien zur Einführung*. Hamburg.
- Blättel-Mink, Birgit (2001): *Studium und Geschlecht: Frauen im „männlichen“ Studienzusammenhang*. In: *TA-Informationen* (Hrsg.: Akademie der Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg) 3/2001, S. 27-29.
- Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK) (2002): *Bericht „Frauen in den ingenieur- und naturwissenschaftlichen Studiengängen, insbesondere in der Informatik“*. Vor-Entwurf vom 10.1.2002, Anhang 3b: Ausführliche Tabellen.
- Deutsche Shell (Hg.) (2000): *Jugend 2000*. 13. Shell Jugendstudie. Band 1, Opladen.

- Dutiné, G. (1999): Ingenieurkompetenz aus Sicht der Industrie. In Fritsch, D./Hubig, C. (Hrsg.): Drittes Stuttgarter Bildungsforum. Kolloquium „Ingenieurausbildung im Umbruch“ 13. November 1998, Stuttgart, S. 21-35.
- Engler, Steffani /Faulstich-Wieland, Hannelore (1995): Ent-Dramatisierung der Differenzen. Studentinnen und Studenten in den Technikwissenschaften. Bielefeld.
- Erb, Ulrike (1996): Frauenperspektiven auf die Informatik. Münster.
- Faulstich-Wieland, Hannelore/Horstkemper, Marianne (1996): 100 Jahre Koedukationsdebatte und kein Ende. (Replik) In: Ethik und Sozialwissenschaften 7/1996, H.4, S. 578-585.
- Faulstich-Wieland, Hannelore (1999): Koedukation heute – Bilanz und Chance. In: Horstkemper, Marianne/Margret Kraul (Hrsg): Kodedukation: Erbe und Chancen. Weinheim, S. 124-135.
- Funken, Christiane/Hammerich, Kurt/Schinzel, Britta (1996): Geschlecht, Informatik und Schule. Oder: Wie Ungleichheit der Geschlechter durch Koedukation neu organisiert wird, St. Augustin.
- Gisbert, Kristin (1995): Frauenuntypische Bildungsbiographien: Diplom-Mathematikerinnen. (Reihe: Europäische Hochschulschriften) Frankfurt a.M.
- Hochschulrektorenkonferenz (Hg.) (1999): Zukunft der Ingenieurausbildung an Fachhochschulen vor dem Hintergrund zunehmender Internationalisierung der Hochschulen. Dokumentation der Jahrestagung des Bad Wiesseer Kreises vom 21. bis 24. Mai 1998, Beiträge zur Hochschulpolitik 2/1999, S. 121f.
- Klinger, Cornelia (1998): Liberalismus, Marxismus, Postmoderne. Der Feminismus und seine glücklichen oder unglücklichen 'Ehen' mit verschiedenen Theorieströmungen im 20. Jahrhundert. In: Antje Hornscheidt u.a. (Hg.): Kritische Differenzen – Geteilte Perspektiven. Zum Verhältnis von Feminismus und Postmoderne. Darmstadt.
- Koch, Gertraud (1999): Technikgenese und -gestaltung als kultureller Prozess. Das Beispiel künstliche Intelligenz. Diss. Konstanz.
- Kraul, Margret (1999): Koedukation: Determinanten ihrer Geschichte. In: Horstkemper, Marianne/Kraul, Margret (Hrsg): Kodedukation: Erbe und Chancen. Weinheim, S. 20-37.
- Metz-Göckel, Sigrid/Steck, Filicitas (Hrsg.) (1997): Frauenuniversitäten. Initiativen und Reformprojekte im internationalen Vergleich. Opladen.
- Minks, Karl-Heinz (2000): Studienmotivation und Studienbarrieren. Vortrag auf der Fachkonferenz „Frauen-Technik-Evaluation/Frauenförderung als Qualitätskriterium in technisch naturwissenschaftlichen Studiengängen“, durchgeführt an der Universität Koblenz-Landau/Ada Lovelace Projekt und der Hochschulrektorenkonferenz 6./7. Juli 2000. HIS Kurzinformation. Hannover A8/Nov. 2000, S.1-12.
- Nyssen, Elke (1996): Mädchenförderung in der Schule: Ergebnisse und Erfahrungen aus einem Modellversuch. Weinheim, München.
- Oechtering, Veronika (1998): Frauengerechte Hochschulausbildung in technischen Studiengängen. In: Winker, Gabriele/Oechtering, Veronika (Hrsg.): Computernetze – Frauenplätze. Frauen in der Informationsgesellschaft. Opladen, S. 115-132.
- Orland, Barbara/Osietzki Maria (1996): Jüngere Ergebnisse der Frauenforschung zum Verhältnis von Technik und Geschlecht. In: Blätter für Technikgeschichte. H.57/58 Wien 1996, S. 171-185.
- Rodríguez, Encarnación Gutiérrez (2000): Fallstricke des Feminismus. Das Denken „kritischer Differenzen“ ohne geopolitische Kontextualisierung. Einige Überlegungen zur Rezeption

- antirassistischer und postkolonialer Kritik. polylog. Forum für interkulturelles Philosophieren 1.2 1-43. URL: <http://www.polylog.org/them/0102/asp03-de.htm>.
- Roloff, Christine (1999): Geschlechterverhältnis und Studium in Naturwissenschaft und Technik – vom „Problem der Frauen“ zum Modernitätsdefizit der Hochschule. In: Neusel, Ay-la/Wetter, Angelika (Hrsg.): Vielfältige Verschiedenheiten. Geschlechterverhältnisse in Studium, Hochschule und Beruf. Frankfurt a.M. 1999, S. 63-85.
- Rudolph, Hedwig (1997): Just in time – Zur Thematisierung der Frauenfrage an der TU Berlin. In: Hartmann, Corinna; Sanner, Ute (Hrsg.): Ingenieurinnen: Ein unverzichtbares Potential für die Gesellschaft. Kirchlinteln.
- Stein, Kira (1997): Berufsbild und Berufsmotivation der Ingenieurinnen. In: Neef, Wolfgang/Pelz, Thomas (Hrsg.): Ingenieurinnen und Ingenieure für die Zukunft. Aktuelle Entwicklungen von Ingenieurarbeit und Ingenieurausbildung, Berlin, S. 85-93.
- Uecker, Regine (1998): Bildung und Geschlecht: Feministische und pädagogische Theorie im Dialog. Pfaffenweiler.
- Vogel, Ulrike/Hinz, Christina (2000): Zur Steigerung der Attraktivität des Ingenieurstudiums. Erfahrungen und Perspektiven aus einem Projekt. Bielefeld.
- Vogel, Ulrike (1995): Fachengagement und Studienerfolg bei Ingenieurstudentinnen und Ingenieurstudenten. Eine Untersuchung zu Kompetenzen und Handlungspotentialen für Studium, Beruf und Familie. Bielefeld.
- Walter, Christel (1998): Technik, Studium und Geschlecht. Was verändert sich im Technik- und Selbstkonzept der Geschlechter, Opladen 1998.
- Zwick, Michael M./Renn, Ortwin (2000): Die Attraktivität von technischen und ingenieurwissenschaftlichen Fächern bei der Studien- und Berufswahl junger Frauen und Männer. Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg, Stuttgart.

Karin Eble

medi@girls - Stärkung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen

Medi@girls hat sich zum Ziel gesetzt, die Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen zu stärken. Das dreijährige Projekt wird vom Europäischen Sozialfonds und dem Sozialministerium Baden Württemberg gefördert. Der folgende Beitrag stellt die Leitvorstellungen und den Aufbau des Projekts vor und gibt einen Einblick in die medienpädagogische Arbeit mit Mädchen und jungen Frauen im Wissenschaftlichen Institut des Jugendhilfswerks Freiburg e.V., Medienzentrum. Als praktischer Einstieg soll zunächst ein Interview wiedergegeben werden, das im Rahmen der medienpädagogischen Arbeit mit zwei Kursteilnehmerinnen geführt worden ist:

Interview mit zwei Teilnehmerinnen der Mädchenredaktion

Anna, 14 Jahre und Chris 13 Jahre (Namen von der Redaktion geändert)

(A = Anna, C = Chris, I = Interviewerin)

I: *Könnt ihr euch noch an die allererste Situation erinnern, als ihr mit einem Computer zu tun hattet? Wann war das?*

A: Ja, ich erinnere mich noch, dass es bei meinem Vater im Geschäft war. Da war ich, glaube ich 8 Jahre alt. Ich wollte einen Brief an meine Mutter schreiben. Es hat nicht ganz geklappt.

C: Ich war da glaub ich schon ziemlich alt, also ich war noch nicht so früh am Computer. Vielleicht so mit acht oder neun. Meine Mutter und mein Vater, ich glaube, die haben mir ein bisschen erklärt, wie's geht.

I: *Seid ihr dann dabei geblieben?*

A: Ja, nicht ganz. Zu Hause hatten wir keinen Computer. Später dann hat meine Mutter für die Arbeit einen Computer gekauft, den hatten wir dann zu Hause und ich ging immer dran zum Spielen und Schreiben. Seit wir Internet haben, gehe ich jeden Tag an den Computer. Ich spiele, schreibe, ich arbeite auch mit dem Paint-shop-pro-, ich scanne auch oft und schreibe E-Mails.

C: Ich benutze den Computer eigentlich nicht so oft, weil wir auch keinen Internetzugang haben.

I: *Habt ihr in der Schule Computerunterricht?*

A: Wir haben ein Internetcafé, wo wir jeden Tag 2 Stunden hingehen können. aber sonst keine AG oder so.

C: Also wir haben eine Stunde Informatikunterricht.

I: *Was macht ihr da?*

C: Wir haben mit Excel gearbeitet, mit Tabellenverarbeitung, mit Verknüpfungen zum Internet und Dateien verschicken und so.

I: *Was glaubst Du Chris ist der Unterschied zwischen Informatikangeboten in der Schule und einem Angebot wie hier?*

C: Also erstmal, ist es hier spannender als in der Schule. Hier können wir machen, was wir wollen, also Themen, die wir wirklich wollen. In der Schule haben wir ein Thema und wir müssen das machen. Wenn es uns Spaß macht, dann können wir besser lernen. Und dann hat man hier auch ein anderes Verhältnis zu den Leuten als zu den Lehrern. Außerdem haben wir in der Schule nicht so viele Möglichkeiten wie hier, hier gibt es auch andere Programme wie z. B. diese Photoverarbeitung. Und der Inhalt ist ja auch sehr verschieden.

I: *Wie sind eure Erfahrungen, geben Mädchen anders mit dem Computer um als Jungen?*

- C: Ja. Die müssen sich doch immer gegenseitig beweisen, was sie alles draufhaben. Ich glaube, so sind Mädchen nicht.
- A: Ich glaub, dass ist schon ein bisschen anders, weil Jungs spielen eher Playstation oder Autospiele und so. Die interessieren sich halt für andere Dinge. Manche können es vielleicht besser am Computer aber bestimmt nicht alle.
- I: *Was wäre hier im Kurs anders, wenn auch Jungs dabei wären?*
- A: Wir könnten weniger offen reden. Beim Fotostyling war es so, dass wir viele Photos gemacht haben und wirklich Spaß hatten und ich denke, wenn Jungs dabei gewesen wären, dann wären wir ziemlich schüchtern gewesen und nicht so offen.
- C: Ich kenne es aus unserem Informatikunterricht: wenn man an den Computer will, dann drängeln sich die Jungen immer vor und wollen immer alles als erstes ausprobieren und deswegen finde ich es hier eigentlich besser, wenn nur Mädchen da sind.
- I: *Meint ihr, es macht einen Unterschied, ob so ein Kurs oder so ein Projekt von einer Frau oder einem Mann geleitet wird.*
- A: Ich glaube schon, dass es einen Unterschied macht, weil als Mädchen kann man mit einer Frau besser reden als mit einem Mann und vor allem auch über andere Themen.
- C: Ja, also z.B. einen Computerkurs, den könnte auch ein Mann leiten. Aber wir machen ja hier einen Mädchenkalender.
- (...)
- I: *Was habt ihr denn für Berufswünsche?*
- C: Ich weiß es noch nicht. Vielleicht möchte ich Psychologin werden. Aber genau kann ich das noch nicht sagen. Früher wollte ich immer Tierärztin werden wie meine Freundinnen auch.
- A: Ich wollte früher immer Kindergärtnerin werden, das ist nicht mehr so. Das finde ich nicht mehr so spannend. Ich möchte auf jeden Fall etwas machen, was mit Menschen zu tun hat. Also nicht so den ganzen Tag im Büro sitzen oder so.
- I: *Was glaubt ihr, welchen Einfluss die neuen Medien später im Beruf haben werden? Wird man sie brauchen?*
- A: Ich denke, die braucht man auf jeden Fall. Meine Elterngeneration braucht den Computer jetzt nicht unbedingt, also die können auch noch ohne, aber ich glaube, wenn wir dann dreißig sind, dann braucht man den Computer schon.
- C: Ich denke, dass bei fast jedem Beruf der Computer mit eingebaut sein wird, weil man verschickt ja jetzt schon E-Mails und da muss man dann keine Briefe mehr schreiben und von daher glaube ich, wird der einen sehr großen Stellenwert haben, eigentlich egal, was man macht.
- I: *Was habt ihr hier für euch im Umgang mit Medien gelernt?*
- C: Ich denke, ich bin viel sicherer geworden.
- A: Ich kenne mich jetzt einfach viel besser am Computer aus. Und wenn wir später mal das Computerprojekt an der Schule haben und dann kommen die Jungs und sagen, sie können alles, dann müssen wir als Mädchen nicht hinten stehen und sagen, wir können es noch nicht.
- I: *Was würdet ihr gerne noch weiter machen, vielleicht in einem anderen Kurs oder in einem anderen Projekt?*
- C: Also auf jeden Fall will ich den nächsten Kalender mitmachen, weil da kann man immer wieder etwas Neues lernen. Es gibt auch so Radioworkshops, da kann man dann aufnehmen und durch die Strassen laufen und Leute interviewen. Das finde ich gut.

Herausforderung: Medienkompetenz für alle

Mädchen und junge Frauen sind in den zukunftssträchtigen Ausbildungsberufen und Studiengängen der Computertechnologie und Informatik noch immer stark unterrepräsentiert. Nach den Erfahrungen mit den medienpädagogischen Angeboten im Medienzentrum gibt es im Umgang mit der Technik und den Medien für Mädchen weniger Hemmschwellen zu überwinden als in der Öffentlichkeit oft noch behauptet wird. Wenn den Mädchen der Zugang zu den Angeboten gelingt, dann werden technische Kompetenzen im Umgang mit der IT- und Medientechnologie

erworben und von den Mädchen als eine persönliche Bereicherung erlebt. Engagierte Medienpädagoginnen aus der Praxis sehen unter anderem fehlende Rollenvorbilder und die Nichtbeachtung einer auf Mädchen zugeschnittenen Lernkultur als Ursachen für die mangelnde Präsenz von jungen Frauen in technischen Berufen. In außerschulischen, speziell auf Mädchen und ihr Lernverhalten abgestimmten Angeboten sehen sie eine Chance, um Mädchen den Zugang zur Informationstechnologie zu eröffnen. Weibliche Fachkräfte sollen zur Verfügung stehen, um Mädchen im Bereich der Neuen Medien zu qualifizieren, so ihre Forderungen (vgl. MMT Broschüre 2002).

Andere Autorinnen sehen im Prozess der Erziehung und Sozialisation in Übereinstimmung mit den vorherrschenden Vorstellungen über die Geschlechterrollen in unserer Gesellschaft bei Mädchen und Jungen unterschiedliche Interessen, Fähigkeiten und Verhaltensweisen gefördert. Während Jungen eher in der Entwicklung handwerklich-instrumenteller Fähigkeiten und naturwissenschaftlich-technischer Interessen bestärkt werden, erfahren Mädchen vor allem die Förderung sozialer und kommunikativer Fähigkeiten und Interessen. Mit anderen Worten: Jungen werden eher „techniknah“ und Mädchen eher „technikfern“ sozialisiert. Dies führt bei beiden Geschlechtern bereits früh zu einseitigen Interessenentwicklungen. Neigungen und Begabungen, die zu geschlechtsspezifischen Rollenerwartungen im Widerspruch stehen, bleiben auch in der Schule vielfach unbeachtet oder werden entmutigt. Für die persönliche und berufliche Zukunft der Mädchen kann dies weitreichende Bedeutung haben, da die frühe Festlegung auf „technikferne“ Bereiche, die gleichzeitig wenig zukunftsträchtig sind und geringe Karrierechancen bieten, Spielräume und Chancen beruflicher Orientierungen und Entwicklungen stark begrenzt (Mädchen machen Technik 1999, 8).

In der pädagogischen Praxis des WI-JHW Medienzentrums gilt es, die Mädchen darin zu begleiten, eigene Bedürfnisse im Hinblick auf die Mediennutzung und -gestaltung zu erkennen, für sich selbst etwas zu entwickeln, eigene Stärken und Fähigkeiten auszuloten, mit ihnen umzugehen und sich breitere Handlungsspielräume zu eröffnen. Während der Workshops ist ein wachsendes Selbstbewusstsein bei den Teilnehmerinnen zu beobachten. Durch die im Projekt gemachten Erfahrungen gehen die Mädchen selbstsicher mit Hard- und Software und den entsprechenden Medien um. Auf ihre Produktionen sind sie im Allgemeinen sehr stolz, und die Ergebnisse wie z.B. der Mädchenkalender werden gerne in der Öffentlichkeit vorgestellt.

Aktiv statt passiv - Medienarbeit im WI-JHW Medienzentrum

Pädagogisches Arbeiten mit Medien gibt es im WI-JHW Medienzentrum seit 1984. Begonnen hat das medienpädagogische Handeln als die Welle an Horrorvideos über Eltern und LehrerInnen hereinbrach und diese nicht mehr wussten, wie sie darauf reagieren sollten. Aktiv statt passiv war damals der Slogan in der Medienarbeit und dieser ist heute genauso aktuell wie damals. Das wissenschaftliche Institut des Jugendhilfswerks Freiburg e.V. hat sich zum Ziel gesetzt, Mädchen und Jungen insbesondere aus sozial benachteiligten Lebensverhältnissen einen Zugang zur Informationsgesellschaft zu ebnet. Dies geschieht insbesondere durch die aktive handlungsorientierte Medienarbeit. Über mediale Eigenproduktionen wie z.B. Videofilme, Radiobeiträge, Computer- und Multimedia-Produkte werden die Kinder und Jugendlichen zur Kommunikation und Artikulation ihrer Anliegen ermutigt und befähigt. Hierbei erwerben sie die notwendigen Fähigkeiten, um mit technischen und gestalterischen Möglichkeiten zu experimentieren. Gleichzeitig werden damit ihre sozialen und medialen Kompetenzen gefördert. Die geschlechtsspezifische Medienarbeit mit Mädchen und jungen Frauen ist ein besonderer Schwerpunkt im Medienzentrum. Schon in den vergangenen Jahren wurden immer wieder Kurse für Mädchen im Rahmen der verschiedenen Projektförderungen angeboten, aber eine umfassende Förderung wie es das Landesleitprojekt *medi@girls* vorsieht, bietet erstmalig die Grundlage gezielter Projektan-

gebote für Mädchen und junge Frauen und ermöglicht gleichzeitig eine umfassende Begleitforschung.

Stärkung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen

Das Landesleitprojekt medi@girls schafft, in Kooperation mit anderen Jugendhilfeeinrichtungen, Schulen und der Wirtschaft adäquate Räume und Arbeitsmöglichkeiten, in denen analoge und digitale Medien im außerschulischen Bereich positioniert und genutzt werden können. Die Angebote sollen zur Steigerung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen beitragen. Wie diese praktisch aussehen und welche Wirkung sie bei den Teilnehmerinnen erzielen, klärt die wissenschaftliche Begleitforschung. In diesem Beitrag geht es nicht darum, Forschungsergebnisse vorzustellen, denn die Untersuchung ist noch nicht abgeschlossen, und endgültige Ergebnisse können erst Ende 2003 präsentiert werden. Vielmehr wird im Folgenden ein Blick in die praktische Arbeit von medi@girls gewährt.

Die Ziele der Medienarbeit

Nach der Konzeption von medi@girls werden geschlechtshomogene Projekte für Mädchen und junge Frauen im WI-JHW Medienzentrum angeboten, um deren IT- und Medienkompetenz zu stärken. Mit medienpädagogischen Projekten wird das Anliegen verfolgt:

- Mädchen und junge Frauen an Neue Medien heranzuführen und sie zu qualifizieren
- Den selbstbewussten Umgang der Mädchen mit Informations- und Kommunikationstechnologien IuK zu fördern
- Technische Zusammenhänge verstehen zu lernen und den Computer als kreatives Werkzeug zu nutzen
- Eine Reflexion des Selbst- und Fremdbildes im Umgang mit IuK-Technologien zu fördern
- Themen und Anliegen von Mädchen über verschiedene Medien zu veröffentlichen: Mädchenkalender, das Internet oder auf CD-ROM, über das Radio oder im Rahmen von Präsentationen
- das Berufswahlspektrum für Mädchen und junge Frauen zu erweitern.

Ein besonderes Augenmerk liegt in der Unterstützung von Mädchen bei der beruflichen Orientierung im Hinblick auf Informationstechnologien.

Nach Auffassung der Mitarbeiterinnen sind, insbesondere für Mädchen, Computer- und Internetkenntnisse für eine erfolgreiche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und eine Berufsperspektive in den neuen Medienberufen unerlässlich. Um junge Frauen für neue Medienberufe zu interessieren und diese als berufliche Perspektive in Betracht zu ziehen, ist die Verknüpfung von Mädchenarbeit mit Medienprojekten gut geeignet (vgl. Schumacher, Protokoll der Teamsitzung am 16.11.2001).

Die Medienpädagogische Praxis

Das reichhaltige und vielfältige Angebot des Medienzentrums für Mädchen und junge Frauen erstreckt sich auf die Bereiche Computer, Internet, Radio, Musik und Video. Es kommen also sowohl alte Medien (Radio, Video) als auch neue Medien (Computer, Internet) zum Einsatz. In den Projekten wird das gleichzeitige Einsetzen unterschiedlicher Medien in Kursen praktiziert, die Wahl des jeweiligen Mediums zur Bearbeitung von bestimmten Themen wird von den Teilnehmerinnen selbst bestimmt.

Die medienpädagogischen Angebote richten sich an Mädchen ab acht Jahren. Die Altersbegrenzung bei jungen Frauen liegt bei 27 Jahren. Die Medienangebote werden von geschulten

pädagogischen, ausschließlich weiblichen Fachkräften angeleitet und betreut. Pro Kurs sind jeweils zwei Leiterinnen (eine hauptamtliche Kraft und eine externe Fachkraft oder eine Praktikantin oder Honorarkraft) vorgesehen. Die Dauer der Projekte ist variabel. Es werden sowohl Einführungskurse, Wochenendworkshops als auch mehrwöchige Intensivkurse, die in den Ferien stattfinden, angeboten. Die Einführungskurse sind für jeweils acht bis zehn Mädchen bzw. junge Frauen gedacht.

In Computerprojekten lernen die Mädchen und jungen Frauen den Unterschied zwischen Hard- und Software, Funktionen des Computers z.B. das Abspeichern einer Datei sowie den Umgang mit verschiedenen Programmen kennen. Die Teilnehmerinnen setzen sich beim Aufschrauben von Rechnern auch mit dem Innenleben von Computer auseinander. In Internetangeboten geht es um das Surfen, Chatten, das Einrichten einer E-Mail-Adresse, E-Mails erfolgreich versenden, den effektiven Umgang mit Suchmaschinen, Jobsuche im Internet, Online-Bewerbung, das Erstellen einer Homepage etc. In Radioprojekten z.B. „Jetzt kommen wir! – Mädchen auf Sendung“ oder „Girls on Air! – Radioworkshop“ geht es um die Produktion eines Beitrags, der bei einem lokalen Radiosender ausgestrahlt werden kann. Die Themen der Beiträge werden von den Mädchen gewählt und gemeinsam erarbeitet. Meistens handelt es sich um aktuelle Fragestellungen, die für Mädchen und junge Frauen von besonderer Bedeutung sind, wie z.B. „Wie werden Mädchen heute gesehen?“ oder „Die Situation von Obdachlosen in unserer Stadt“.

Neben technischen Kenntnissen, Umgang mit Aufnahmegerät und Mikrofon, Einführung in den digitalen Audioschnitt, wird den Teilnehmerinnen auch journalistisches Handwerkszeug mitgegeben. Sie lernen wie ein Interview geführt wird, wo die Unterschiede zwischen einer Umfrage und einem Interview liegen etc. Videoprojekte geben den Teilnehmerinnen die Möglichkeit, spielerisch die Technik einer Kamera sowie die Produktion eines Videofilms kennen zu lernen. Sie führen selbständig Regie, schauspielern, singen oder tanzen. Das Bearbeiten der Videos am Videoschnittplatz wird von den Mädchen erlernt und durchgeführt.

Alle Angebote sind unentgeltlich. Dieser niedrighschwellige Zugang zu den Projekten soll Mädchen bzw. jungen Frauen aus sozial benachteiligten Lebensverhältnissen die Chance eröffnen, das medi@girls-Angebot zu nutzen. Das „Werben“ um die Zielgruppe Mädchen und junge Frauen erfolgt über verschiedene Wege. Zum einen werden die medi@girls-Angebote im Jahresprogramm des WI-JHW ausgeschrieben. Das Programm wird in Schulen, Freizeiteinrichtungen, Geschäften etc. ausgelegt. Darüber hinaus sollen Plakate, Flyer sowie freecards (kostenlose Postkarten) auf die geschlechtsspezifischen Medienangebote aufmerksam. Zusätzlich weisen Inserate in der lokalen Tageszeitung („Badische Zeitung“) sowie in kostenlosen, wöchentlich erscheinenden Zeitungen („Stadtkurier“, „Wochenbericht“ etc.) auf die verschiedenen Projekte hin. Von großer Bedeutung sind die direkte Kontaktaufnahme zu Jugendzentren und Schulen sowie die Mitwirkung bei Arbeitskreisen und Vernetzung zum Thema Mädchen und Medien z.B. „Arbeitskreis Mädchen“ und „Freiburger Netzfrauen e.V.“.

Das pädagogische Konzept

Die Angebote innerhalb der Jugendhilfe sind in erster Linie durch Freiwilligkeit (im Gegensatz zur Schule) und Spaß gekennzeichnet. Dies sind ganz wesentliche Elemente, die es bei der Arbeit zu beachten gilt. Die Medienangebote sind handlungsorientiert angelegt, sprich: die Mädchen und jungen Frauen werden dazu angeregt, aktiv mit Medien umzugehen und diese kreativ für ihre Belange zu nutzen. Der selbstverständliche und kompetente Umgang mit Medien, auf die man im Alltag ständig und überall trifft, wird gefördert. Die medienpädagogische Arbeit orientiert sich hierbei an den Lebenswelten der Mädchen und jungen Frauen, also an deren Erfahrungen, Interessen, Themen, Ressourcen und Fähigkeiten in technischer, inhaltlicher und sozialer

Hinsicht. Die Angebote sind somit offen, breit, flexibel und an den Teilnehmerinnen orientiert, angelegt.

Die Medien werden zur Selbstdarstellung und/oder zur Auseinandersetzung mit der Umwelt genutzt. Dabei ist die Förderung von kreativen und emotionalen Fähigkeiten als pädagogisches Ziel von hoher Bedeutung. Bei der Angebotsgestaltung wird berücksichtigt, dass Mädchen und junge Frauen sehr stark an Inhalten interessiert sind, und die Technikaneignung als Selbstzweck nicht im Mittelpunkt steht. Die Projekte sollen den Teilnehmerinnen Raum für sich selbst und ihre Themen eröffnen. Somit können die eigenen Bedürfnisse, Wünsche, Interessen und die Verarbeitung persönlicher, alltäglicher Erfahrungen über die Medien entwickelt und in den Medien zum Ausdruck gebracht werden, wobei z.B. auch Träume, Visionen oder Ängste, die die Mädchen und jungen Frauen häufig nicht auszuleben verstehen, medial artikuliert werden können. Dies bietet die Chance einer Aufarbeitung und möglichen Lösung von persönlichen Problemen, wobei vorausgesetzt wird, dass die Pädagoginnen auch für persönliche Anliegen oder Probleme der Mädchen bzw. jungen Frauen immer ein offenes Ohr haben.

Eine wichtige Zielsetzung gilt der Entwicklung und Förderung kooperativer Arbeitsformen. Die Möglichkeit der gleichberechtigten Arbeitsteilung und die Übernahme von Verantwortung wird berücksichtigt. Die Arbeitsformen wechseln sich ab: mal gibt es Einzelaufgaben, die jede Kursteilnehmerin für sich alleine zu bearbeiten hat. Mal sitzen die Teilnehmerinnen zu zweit an einer Aufgabe, das andere Mal wird eine Aufgabenstellung in einer Kleingruppe angegangen. Oft ist es so, dass einzelne Mädchen bzw. junge Frauen sich zu Spezialistinnen für bestimmte Fertigkeiten entwickeln z.B. das Einscannen von Bildern oder das Schneiden eines Videos. Diese geben dann ihre Erfahrungen an die weiter, die sich in diesem Bereich noch nicht so gut auskennen.

Durch die kooperative Medienarbeit können die Teilnehmerinnen lernen, andere Meinungen zu akzeptieren und adäquat damit umzugehen. Die Gruppe kann dann ungestört, ohne Konkurrenzdruck und behutsam pädagogisch geleitet ihr kreatives Potential einbringen. Es besteht genügend Raum, um unterschiedliche Medien (Computer, Videokamera, Aufnahmegerät, digitale Kamera, Scanner etc.) in ihrer jeweils spezifischen Machart, ihren ästhetischen und gestalterischen Ausdrucksmöglichkeiten und Wirkungen kennen zu lernen. Mädchen können hier aktiv und phantasievoll sein und dies zusammen mit anderen. Eine angenehme Lernatmosphäre ist dabei ebenso wichtig wie die Vermittlung von Erfolgserlebnissen. Um den positiven Verstärkungseffekt von Rollenvorbildern im Rahmen eines ganzheitlich orientierten didaktischen Konzepts, das auf den selbstbewussten Umgang mit der Computertechnologie zielt, zu nutzen, leiten ausschließlich Frauen die Kurse. Damit wird den Mädchen und jungen Frauen ermöglicht, ihr Selbst- bzw. Fremdbild im Umgang mit IuK-Technologien zu reflektieren. Gesellschaftliche Rollenzuschreibungen werden auf diese Weise hinterfragt und zurechtgerückt.

Die Kurse und Projekte sind produktorientiert angelegt, d.h. sie sind immer so konzipiert, dass sie zu einem Produkt führen. Dies können Postkarten, T-Shirts, Fotocollagen, eine Bildergeschichte, eine Homepage im Internet oder der Mädchenkalender sein. Es wird immer versucht, die vorhandenen Workshopergebnisse zu veröffentlichen indem sie nach Möglichkeit auch im Rahmen einer Veranstaltung von den Mädchen und jungen Frauen selber präsentiert werden. Für eventuelle Fragen über den Kurs hinaus stehen die Pädagoginnen ebenfalls zur Verfügung, wenn es z.B. darum geht, dass sich eine ehemalige Kursteilnehmerin noch mal erkundigen möchte, wie man eine E-Mail-Adresse einrichtet. Hier wird die Nachhaltigkeit der medienpädagogischen Arbeit sichtbar.

Die medi@girls-Projekte finden in einem idyllisch gelegenen Hinterhaus statt, mitten in einem Wohngebiet. Zu dem Haus gehört ein Garten, der gern genutzt wird. Die Räumlichkeiten des

Medienzentrums erstrecken sich auf drei Etagen. Im Erdgeschoss befinden sich ein Computerraum mit acht Computereinheiten sowie ein Aufenthaltsraum nebst Küche. Im 1. OG ist der Radio- und Musikbereich angesiedelt. Hier befindet sich auch das Tonstudio. Im 2. OG dreht sich alles um das Thema Video. Dort gibt es auch einen Schnittplatz zum Schneiden von Videos. Auf beiden Etagen finden sich auch die Büros der MitarbeiterInnen.

Die Wissenschaftliche Begleitung

Der Auftrag des Trägers des Landesleitprojekts an die wissenschaftliche Begleitforschung von medi@girls bezieht sich auf die Sichtung und kontrollierte Auswertung von geschlechtsspezifischen Angeboten im außerschulischen Bereich. In der medienpädagogischen Fachdiskussion gibt es interessanterweise keine systematische Reflexion darüber, welche zentralen Erfahrungswerte bezüglich medienpädagogischer Aktivitäten mit Mädchen vorliegen. Medienpädagogisches Handeln steht vor der Aufgabe, Ansätze nicht nur im Hinblick auf das Geschlecht, sondern auch nach soziokulturellen Unterschieden auszudifferenzieren. Erste Überlegungen liegen auf einer theoretisch-konzeptionellen Ebene vor (vgl. Niesyto, 1993; Pöttinger, 1997). Aus der Medien- und Kommunikationsforschung gibt es verschiedene Hinweise über kommunikative Problemlagen, die über Jahre hinweg in Studien dokumentiert werden. Als Beispiel seien insbesondere die Wissensklufforschung und die Studien über die Vielseherproblematik genannt.

Notwendig sind Studien und Untersuchungen, die den praktischen Erfahrungsschatz der Medienpädagogik fruchtbar machen. Im Vergleich von schulischen und außerschulischen medienpädagogischen Aktivitäten zeigt sich, dass bei außerschulischen Einrichtungen Formen der projektorientierten Medienarbeit dominieren, während im Schulbereich hier ein besonderer Nachholbedarf existiert. Gerade bei Kindern und Jugendlichen, die sprachlich und analytisch nicht so gewandt sind, ist es wichtig, handlungs- und projektorientierte Arbeitsformen zu verstärken, die eine einseitige kognitive Orientierung in den Lernformen überwinden und sich stärker für visuelle und audiovisuelle Ausdrucksformen öffnen. Die Dringlichkeit einer solchen Studie ergibt sich nicht zuletzt angesichts der aktuellen Herausforderung durch die Medienentwicklung und den damit verbundenen Aufgaben der Medienkompetenzen. Medienpädagogik und -politik sind auf dem Hintergrund dieser Entwicklungen und Überlegungen herausgefordert, bisherige Konzepte gründlich zu überprüfen, weil es hier um entscheidende Fragen der Bildung und der kommunikativen und demokratischen Gestaltung der Gesellschaft geht.

Die wissenschaftliche Begleitung von medi@girls will klären, wie Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen im außerschulischen Kontext gefördert werden kann. Die Vernachlässigung einer systematischen Forschung über Ansätze von handlungsorientierter Medienarbeit mit Mädchen soll in der laufenden Untersuchung durch eine modellhafte Anwendung, Sichtung und kritische Auswertung von geschlechtsspezifischen Angeboten Rechnung getragen werden. Zentrales Anliegen ist, bisherige Erfahrungen mit medienpädagogischen Angeboten und Projekten für Mädchen und junge Frauen aus deren Perspektive zu erheben und auszuwerten.

Die praktische Projektarbeit wird kontinuierlich dokumentiert. Die Projektzugänge, die Inhalte sowie die Auswirkungen des Projekts auf die Berufswahlorientierung werden analysiert und bewertet. Bei der Initiierung neuer oder Optimierung bereits bestehender Projekte wird es darum gehen, die Kursteilnehmerinnen in ihrem individuellen Kontext kennen zu lernen als auch die Methoden und die Organisation des laufenden Projekts ständig auf seine Stärken und Schwächen bzw. seine Verbesserungs- und Ausbaumöglichkeiten abzuklopfen. Forschungsziele sind:

- Zugang von Mädchen und jungen Frauen zu den Medienangeboten
- Inhalt und die Methoden der Kursangebote
- Mögliche Lernerfahrungen der Mädchen

Hier soll ein wesentlicher Beitrag zur Erforschung handlungsorientierter Medienarbeit mit Mädchen geliefert werden. Die praktische Umsetzung der Projekte wurde vom Wissenschaftlichen Institut evaluiert, eine vorläufige Zwischenbilanz wird derzeit erstellt. Die abschließende Auswertung sowie die Ergebnisse der Befragung der Teilnehmerinnen sollen bis zum Ende des Jahres vorliegen.

In der ersten Projektphase von medi@girls wurde ein extern besetzter Projektbeirat konstituiert. Dieser setzt sich aus neun ProjektbeiratInnen aus unterschiedlichen Fachbereichen (Politik, Pädagogik, Wirtschaft, Jugendhilfe, Technik) zusammen. Der Projektbeirat hat in erster Linie eine beratende Funktion. Die Projektbeiratssitzungen finden in regelmäßigen Abständen im Jugendhilfswerk statt. Die Ergebnisse münden in Handreichungen für Pädagogische Fachkräfte und sind unter dem Titel „medi@girls - Medienprojekte für Mädchen!“ im März 2003 beim Kopäd-Verlag München erschienen. Die Handreichungen können auch direkt über das WI-JHW Medienzentrum bezogen werden. Neben den Leitfäden wird das Know-how aus den durchgeführten Projekten im Rahmen einer landesweiten Fortbildung für Multiplikatorinnen weitergegeben. Abschließend ist eine Fachtagung geplant, in der die Ergebnisse der Begleitforschung vorgestellt werden sollen.

Die Einzelprojekte von medi@girls im Überblick

Das medi@girls-Angebot umfasste zwischen Januar 2001 und November 2002 insgesamt 39 Kursangebote aus den Bereichen Internet, Radio, Foto- und Bildbearbeitung und Video. An den Kursen, die im Jahresprogramm von medi@girls ausgeschrieben waren, teils in Kooperation mit anderen Einrichtungen oder Initiativen stattfanden, nahmen insgesamt 295 Mädchen und junge Frauen teil. Die Mehrzahl der Teilnehmerinnen verteilte sich auf Kurse und Projekte in den Bereichen Computer/Internet. Die Bandbreite erstreckte sich hierbei von der Einführung in den Umgang mit dem Computer mittels kindgerechter Computerspiele (z.B. „Computer spielerisch entdecken“ oder „Computerwerkstatt“) über die Einführung in den Umgang mit Digitalkamera und anschließender Grafikbearbeitung (z.B. „Fotostyling am PC“, „Badenixen digital“) bis hin zur Erstellung eigener Homepages im Internet (z.B. „Homepagegestaltung“, „MÄK-Online“). Im Bereich Radio lernten die Teilnehmerinnen sowohl den technischen Umgang mit Mikrofon und digitalem Schnittplatz als auch die redaktionelle Aufbereitung eines sendefähigen Beitrages kennen (z.B. „Sounds in the city“ „Girls live on air“).

Tabelle 1: Einzelprojekte von medi@girls

Namen des Einzelprojekts	Thema	Teilnehmer/ Alter	Zeit- raum	Programm/ Kooperation mit
Fotostyling am PC	Fotografie und digitale Bildbearbeitung am Computer	7 13 - 16	Januar 2001	Programm
Computereinführung (2 Teile)	Vermittlung von Grundkenntnissen über das Betriebssystem Windows und das Programm Microsoft Office 2000	20 17 - 27	März 2001	IN VIA- Kath. Mädchensozialarbeit
Computereinführung	Einführung in das Grafikprogramm „Paint Shop Pro“	9 10 - 13	März/Apri 2001	Jugendzentrum „Letz fetz“
Mädchenredaktion	Gestaltung des MÄK 2001/2002	14 10 - 16	April 2001	Programm
„Mädchen im Netz“	Vermittlung von Grundkenntnissen über das Internet	10 10 - 13	Mai 2001	„Zukunfts-(t)räume“
Computer spielerisch entdecken	Einführung in den Computer über altersgerechte Computerspiele	10 6 - 11	Mai 2001	„Zukunfts(t)räume“
„Jobsuche im Internet“	Einführung in Suchstrategien für die Jobsuche	5 19 - 25	Mai 2001	„Zukunfts(t)räume“
Chatparty	Einführung ins „chatten“	4 11 - 12	Juni 2001	Programm
Internetereinführung	Umgang mit Suchmaschinen, Erstellung einer Bewerbungsmappe	8 18 - 25	Juni 2001	Tagesmütterverein
Streetdance	Musik- u. Tanzprojekt	3 15 - 20	Juni 2001	Karl-Härringer-Haus (JHW)
„Madonna oder Britney Spears“	Fotografie und digitale Bildbearbeitung am Computer	4 17 -24	Juli 2001	Programm
Radio –und Photoworkshop	Einführung in die digitale Bildbearbeitung am Computer Einführung in den Umgang mit Mikrofon und digitalem Schnittplatz	10 17 - 25	Juli 2001	IN VIA- Kath. Mädchensozialarbeit in Freiburg
„Jetzt kommen wir“- Mädchen auf Sendung	Planung einer Radiosendung; Einführung in den Umgang mit Mikrofon digitalem Schnittplatz	8 10 - 13	August 2001	Ferienpass der Stadt Freiburg
Homepagegestaltung	Einführungskurs	8 11 - 16	August 2001	Programm
Girls live on Air	Planung einer Radiosendung; Einführung in den Umgang mit Mikrofon digitalem Schnittplatz	5 10 - 13	August 2001	Ferienpass der Stadt Freiburg
Mädchen erforschen das Internet	Vermittlung von Grundkenntnissen über das Internet	8 10 – 13	Sept. 2001	Ferienpass der Stadt Freiburg
“Miniplayback”-Show	Videoworkshop	4 9 – 11	Sept. 2001	Programm
Homepagegestaltung	Einführungskurs	6 17 – 24	Oktober 2001	Programm
„Mädchen im Netz“	Vermittlung von Grundkenntnissen über das Internet	9 11 – 15	Oktober 2001	Programm
„Clips und Chips“	Videoworkshop	2 12	Oktober 2001	Programm
Grafikworkshop	Umgang mit der digitalen Kamera, Einführung in das Grafikprogramm Paint Shop Pro 7	9 9 – 15	Nov. 2001	Jugendzentrum
Computer@rt	Einführung in den Umgang mit der digitalen Kamera, Bildbearbeitung am Computer	9 12 – 16	Nov. 2001	Programm
Mädchenredaktion	Gestaltung des MÄK 2002/2003	14 12 – 14	April 2002	Programm
Homepagegestaltung	Erstellung einer eigenen Homepage	5 21 – 25	April 2002	Programm

Cartoons zeichnen	Cartoonzeichnen und Einbindung in medi@girls-Homepage	7 11 - 15	April/ Mai 2002	Programm
MÄK-Online	Erstellung einer Homepage zum aktuellen Mädchenkalender (Mäk)	5 11 - 15	Mai 2002	Programm
Radio Hochdorf	Erstellung eines Radiobeitrags	10 12 - 13	Juni/Juli 2002	Programm
Fotostyling	Einführung in den Umgang mit der digitalen Kamera, Bildbearbeitung am Computer	8 11 - 12	Juli 2002	LOMO – Schulprojekt
Computerwerkstatt	Kennenlernen der Computer-Hardware	3 9 - 12	Juli 2002	Programm
Badenixen digital	Fotografie und digitale Bildbearbeitung am Computer	9 10 - 14	August 2002	Ferienpass der Stadt Freiburg
Ch@t	Einführung ins „Cyberland“	8 9 - 14	August 2002	Ferienpass der Stadt Freiburg
Girls live on Air	Gemeinsame Planung einer Radiosendung;	10 13 - 15	August 2002	Ferienpass der Stadt Freiburg
Mädchen erforschen das Internet	Grundkenntnisse über das Internet, über den Umgang mit Suchmaschinen	9 12 - 15	Sept. 2002	Ferienpass der Stadt Freiburg
LAN - Party	Chatten und Spielen mit anderen Mädchen via Internet	10 12 - 15	Sept. 2002	Lizzy – Net
„Girls on air!“	Einführung in den Umgang mit dem Mikrofon und dem digitalen Schnittplatz	7 10 - 12	Sept. 2002	Informatica Feminale
Fotostyling	Einführung in den Umgang mit der digitalen Kamera, Bildbearbeitung am Computer	10 13 - 24	Sept. 2002	Informatica Feminale
Internet / Bewerbung	Grundkenntnisse über den Umgang mit Suchmaschinen	8 18 - 24	Oktober 2002	Tagesmütterverein
Mütter und Töchter erforschen das Internet	Gemeinsamer Kurs für Mütter und Töchter (9 - 12 Jahre)	3 Mütter 5 Töchter	Nov. 2002	Programm
„Sounds in the city“	Einführung in den Umgang mit dem Mikrofon und den digitalen Schnittplatz	6 11 - 13	Nov. 2002	Zukunfts-(t)räume

Zur Veranschaulichung werden nachfolgend drei medi@girls-Projekte ausführlicher dargestellt: Badenixen digit@l, der Mädchenkalender und das Projekt Homepage-Gestaltung. Die in den Text eingebetteten Bilder sind den Einzelprojekten entnommen.

Bildbearbeitung - Badenixen digit@l

Dieser dreitägige Workshop wurde in Kooperation mit dem Freiburger Ferienpass in den Sommerferien durchgeführt. „Badenixen digit@l“ sollte vor allem die Mädchen ansprechen, die in den Ferien keine Möglichkeiten hatten, wegzufahren. Am ersten Workshoptag gingen die neun



Mädchen im Alter von 10 bis 14 Jahren mit der Kursleiterin in das nahegelegene „Lorettoabad“. Die Mädchen waren mit vier Unterwasserkameras (Einwegkameras) sowie digitalen Kameras ausgerüstet, um sowohl unter Wasser als auch im Freien Aufnahmen machen zu können. Die Teilnehmerinnen brachten hierzu von zu Hause verschiedene Utensilien mit, die sie auch mit ins Wasser nehmen konnten wie einen aufblasba-

ren Schwimmstern, Taucherbrillen, Schwimmtennen, Badeschwämme, Muscheln etc. Beim Fotografieren entwickelten die Mädchen viel Fantasie. Die Unterwasserfotos wurden über Nacht entwickelt. Am nächsten Tag wurden die Fotos eingescannt und am Computer mit einem Grafikprogramm kreativ verändert. Zum Schluss druckten die Teilnehmerinnen die Collagen in Form von Postkarten aus. Die Fotos wurden bei der Präsentation des Mädchenkalenders ausgestellt.

Das Projekt „Badenixen digit@!“ hat in der Kategorie „Bild/Fotobearbeitung“ des Netd@ys Deutschland-Wettbewerbs den ersten Preis gewonnen. Drei der Kursteilnehmerinnen fuhren mit der Kursleiterin zur Preisverleihung nach Düsseldorf. Der 1. Preis bestand darin, dass die gesamte Gruppe zu einem Medienevent nach Nürnberg eingeladen wurde. Zum Wettbewerb waren alle, die sich für Neue Medien interessieren aufgerufen, sich mit Bildern und zwar in Form von (Musik-) Videos, Filmen, Fotos, Zeichnungen, Comics, Homepages, Games oder Multimediaanwendungen am Thema „Image – Dein Bild im Netz!“ zu beteiligen. Die Netd@ys Deutschland sind eine Initiative zum Thema „Neue Medien in Bildung und Kultur“. Sie finden im Rahmen der EU-Initiative Netd@ys Europe statt, eine der größten internationalen Veranstaltungen zu diesem Thema.



Mädchenkalender - Schreiben, Präsentieren, Veröffentlichen

Die Produktion eines Taschenkalenders von und für Mädchen ist ein wichtiger Bestandteil der geschlechtsspezifischen Medienarbeit im WI-JHW Medienzentrum. Einzelne Mädchen und Mädchengruppen aus Freiburg finden in diesem einen Raum, sich vorzustellen und ihre Themen und Ideen einzubringen. An der Erstellung des Kalenders sind, über die eigentliche Medienredaktion hinaus, jedes Jahr ca. 100 Mädchen beteiligt. Die Hauptidee der Kalenderproduktion liegt darin, Mädchen redaktionell verantwortlich einzubinden, ein Medium zur Vernetzung und gleichzeitig medienpädagogische Angebote zu schaffen. Irene Schumacher formuliert dies wie folgt: „Mit dem Kalender wollen wir Mädchen an neue Medien heranzuführen, sie qualifizieren und ihre Themen über den Mädchenkalender bekannt machen und veröffentlichen.“ Ein Schwerpunkt des Kalenders liegt darin, Beratungsangebote für Mädchen und junge Frauen vorzustellen wie z.B. das Kinder- und Jugendtelefon oder die ausLänderinitiative e.V. Freiburg. Damit soll der Zugang zu Beratungsstellen erleichtert werden“ (Abschlussbericht medi@girls, 2001). Die Veröffentlichung und Verbreitung des Kalenders in Schulen und Jugendeinrichtungen sowie die Wertschätzung durch Rückmeldungen von Erwachsenen bestärken die Mädchen in ihrem Können. Der Kalender erscheint in einer Auflage von mittlerweile 6000 Stück und wird immer zum Schuljahresbeginn kostenlos an Mädchen verteilt.

Die Konzeption des Mädchenkalenders

Konzeptionell und inhaltlich stützt sich die Produktion des Mädchenkalenders auf folgende Grundpfeiler:

- Beiträge von verschiedenen Mädchengruppen in der Stadt: Freiburger Institutionen in der Stadt werden angeschrieben und gebeten mit ihren Mädchengruppen eigene Beiträge zu produzieren wie z.B. die Mädchengruppe des Flüchtlingswohnheims St. Christoph oder die „Super Girls“, eine interkulturelle Mädchengruppe aus der Hebelschule.
- Beiträge über Angebote von sozialen Einrichtungen für Mädchen, z.B. Beratung, Informationen und Tipps von der „Jugendberatung im Stühlinger“, dem Kinder- und Jugendsozialtelefon, der Stadtbibliothek oder der ausLänderinitiative Freiburg e.V.
- Die Mädchenredaktionsgruppe im Medienzentrum des WI- JHW: Die Mädchen legen einen Themenschwerpunkt fest, zu dem Fachbeiträge recherchiert und eingeholt werden. Die Redaktion produziert eine Vielzahl von Reportagen, Grafiken etc. Die Mädchen lernen hierbei den Umgang mit dem Computer und verschiedenen Programmen kennen, so dass sie ihre Ideen für den Mädchenkalender kreativ umsetzen können. Informationen werden gesammelt, ausgewertet, zusammengestellt und am Computer bearbeitet und gelayoutet. Druckvorlagen werden erstellt und in die Druckerei gegeben. Die Präsentation des druckfrischen Mädchenkalenders mit allen beteiligten Mädchen und Frauen, den VertreterInnen der Einrichtungen, der Stadt Freiburg und interessierten Gästen findet im Medienzentrum statt.

Die Mädchenredaktion

Die Mädchenredaktion bildet das Herzstück in der Produktion des Mädchenkalenders. Die Redaktionsgruppe setzt sich aus Mädchen zusammen, die sich schon des öfteren an der Redaktion beteiligt haben und aus interessierten Mädchen, die erstmals dabei sind. Mädchen mit unterschiedlichem schulischem Hintergrund finden sich zusammen, um Neues am Computer zu lernen, Texte, Gedichte und Witze zu schreiben, zu malen, digitale Fotostories zu gestalten und bei dieser Arbeit gemeinsam Spaß zu haben. Zur technischen und inhaltlichen Unterstützung der Redaktionsgruppe stehen Pädagoginnen zur Verfügung. Jeweils in den Osterferien werden in einem Kompaktkurs die Beiträge für den nächsten (Schuljahres-)Kalender produziert. Einige Mädchen besuchen anschließend den weiterführenden wöchentlich stattfindenden Computertreff und stellen dort noch weitere Beiträge fertig oder gestalten Vorschläge für das Layout. Im Mai werden an zwei Wochenenden die Lieblingsseiten der Mädchen für das Internet aufbereitet.

Zu Beginn der Redaktionstreffen werden die Rückmeldungen der Adressatinnen zum letzten Kalender ausgewertet und deren Wünsche und Ideen gesammelt. Im Anschluss daran benennen die Mädchen eigene Ideen und erstellen eine Prioritätenliste. Da immer erfahrenere Mädchen, die bereits mehrmals bei der Redaktion mitgearbeitet haben, dabei sind, wird durch sie die Idee des Kalenders und der „Sally“, das Kalendermaskottchen und deren Weiterentwicklung über ihr Tagebuch, weitervermittelt. Die Pädagoginnen können sich in dieser Phase im Hintergrund halten. Die Mädchen besprechen für sie interessante und wichtige Themen und finden eigene



Standpunkte. Sie laden Frauen ein, um mit ihnen ein Interview zu führen und recherchieren zu verschiedenen Themen sowie dem Motto des Kalenders und schreiben Beiträge „Von der ersten großen Liebe“, über „Boysgroups“ bis zu „Erfahrungsberichten in Scheidungsgruppen“. Die älteren Mädchen unterstützen die jüngeren und geben ihre Kenntnisse an sie weiter, so dass eine kreative Arbeitsatmosphäre entsteht. Die kooperative Atmosphäre und der „Geist“ des gemeinsamen Produkts sind von Anfang an spürbar. Die erfahreneren und neuen Mädchen

haben dieses gemeinsame Ziel, und jede bringt sich mit ihrem Wissen und ihren Fähigkeiten auf unterschiedliche Weise ein. Das, was von allen Akzeptanz findet, wird schließlich in den

Kalender aufgenommen. Die Mädchen spornen sich durch ihre kreativen Produkte, die in der Gruppe vorgestellt werden, gegenseitig an. Die jüngeren Mädchen gründeten in diesem Jahr ein „Witzbüro“ und trugen viel zur allgemeinen Erheiterung bei. „Und zur Entspannung male ich eine „Sally“. Dies sagten die älteren geübteren Mädchen, denn sie sahen die Kreation eines neuen Outfits für Sally als Entspannung und Belohnung an.

„Sally im Internet“

„Sally im Internet“ heißt der Teil des Projekts, der sich mit der Publikation von Beiträgen des Kalenders ins Internet beschäftigt. Beiträge aus dem Taschenkalender werden von Mädchen der Mädchenredaktion als HTML Dokumente aufbereitet und ins Internet gestellt. Die Auswahl der Seiten treffen die Mädchen selbst, und so ist es nicht verwunderlich, dass sie die Beiträge mit ihrem Maskottchen „Sally“ auswählen. Im Rahmen der Homepagegestaltung spielt das Internet eine zentrale Rolle. Die erfahreneren Mädchen zeigen den neuen Mädchen, wie Chatten und E-mails funktionieren. Die Mädchen können sich durch spielerisches Aneignen von Wissen die Nutzung von Computern und Internet erschließen. Mit dem Produkt, der eigenen Homepage, sind alle sehr zufrieden.

Unter der URL <http://www.jugendhilfswerk.de> stehen die Beiträge der Mädchenredaktion in der Rubrik „Ergebnisse von Jugendlichen“ im Netz. Durch die Vorbereitung auf Presseinterviews und die Darstellung ihrer Ergebnisse reflektieren die Mädchen ihre Produkte sowie geschlechtsspezifische Rollenzuschreibungen. Eigene Herangehensweisen und Umgang mit Technik und Internet werden dadurch transparent.

Im Rahmen einer Podiumsdiskussion des „medien forums freiburg e.V.“ zur geschlechtsspezifischen Mediennutzung wurde Rebekka, ein Mädchen der Mädchenredaktion, als DiskutantIn für das Podium angefragt. Auf die Frage, ob Mädchen und Jungen das Internet unterschiedlich nutzen, antwortete sie: „Surfen ist wie Einkaufen. Frauen schreiben sich einen Einkaufszettel, gehen ins Geschäft, suchen nach den Artikeln, wobei sie auch noch einen Blick auf andere Angebote richten. Nachdem sie alles haben, bezahlen sie und gehen nach Hause. Männer gehen ins Geschäft und suchen nach den Artikeln, die sie kaufen wollen. Sie schauen sich um, entdecken immer neue Sachen und verzetteln sich. Sie legen verschiedene Artikel in den Einkaufswagen, zahlen und entdecken zu Hause, dass sie sehr vieles vergessen haben.“

Homepagegestaltung

Dieser einwöchige Homepage-Workshop war für arbeitslose junge Frauen ausgeschrieben.



Über das Programm und die Presse meldeten sich fünf junge Frauen im Alter von 21- 26 Jahren. Sie brachten unterschiedliche Computerkenntnisse und Erwartungen mit. Die technischen Kenntnisse reichten von „sehr gering“ bis zu einer Teilnehmerin, die mit dem PC beruflich zu tun hatte. Dementsprechend unterschiedlich waren die Erwartungen. Eine der Teilnehmerin äußerte zum Beispiel, dass sie erst einmal ihre Ängste vor dem Computer abbauen müsse. Der

erste Workshoptag diente dem gegenseitigen Kennenlernen. Durch das Aufnehmen von digitalen Fotos, die dann in den PC eingespielt wurden, kam es zum ersten „technischen

Kontakt“. Am zweiten Tag bediente jede Teilnehmerin einen Computer. Nach einer Einführung in das Internet ging es über zum praktischen Teil. Während die Mehrzahl der Frauen gut mit der Tastatur und der Maus zurechtkam, hatten zwei der Teilnehmerinnen erhebliche Probleme, die Maus zu koordinieren und sich in die Funktionsweise der Fenster und Taskleisten einzufinden. Dennoch waren ihre ungetrübte Freude und ihr Erstaunen zu sehen, wenn sie über die empfohlenen Suchmaschinen auf eine Homepage stießen, die für sie interessant war. Am Nachmittag wurde folgendes Thema für die Homepage festgelegt: „Sonnenanbeterinnen“. Die Teilnehmerinnen stellten sich selbst mit der digitalen Kamera dar und wurden in das Grafikprogramm „Paint Shop Pro 7“ eingeführt. Sie erstellten jeweils eine Collage, bearbeiteten ausgesuchte Fotos und kreierten Buttons für die Navigation der Homepage. Am letzten Tag wurden alle einzelnen Bestandteile mit Hilfe des Programms Dreamweaver zu einer Homepage zusammen geführt.

Die Gruppe war sehr motiviert und engagiert. Sie trafen sich sogar noch nach Projektende, um Fotos für die Homepage aufzunehmen. Zudem fand jedes Mittagessen mit der gesamten Gruppe statt, und der Heimweg wurde ebenfalls zusammen angetreten. Die Teilnehmerinnen konnten auf eine lernintensive Woche zurückblicken, und sie waren sich darüber einig, dass sich ihre Medienkompetenz erheblich gesteigert hat.

Kooperation und Vernetzung

Das WI-JHW als Kompetenzzentrum für Medien beteiligt sich seit Jahren an regelmäßigen interdisziplinären Treffen und Veranstaltungen verschiedener Arbeitskreise, um einen kontinuierlichen Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer zu gewährleisten. Vor Ort ist das Medienzentrum in verschiedenen Netzwerken der Mädchenarbeit eingebunden und steht in intensivem Austausch mit unterschiedlichen sozialen Einrichtungen und Medienschaffenden in Freiburg. Bei Arbeitskreisen auf der kommunalen Ebene der Jugendhilfe sind z.B. Arbeitskreis „Mädchen“ und „Mädchen und Beruf“, auf dem medienpädagogischen Feld die „Freiburger Netzfrauen“ zu nennen. Eine Mitwirkung in Arbeitskreisen in und über Baden-Württemberg hinaus ist durch die LAG Mädchenpolitik und die GMK Regionalgruppe bzw. Fachgruppe gewährleistet.

medien forum freiburg e.V.

Im medien forum freiburg e.V. sind Firmen und Medienschaffende rund um Freiburg vertreten, die sich zum Ziel gesetzt haben, Medienschaffende zu vernetzen, den Medienstandort Freiburg voranzubringen, regionale Projekte voranzutreiben, inhaltliche Auseinandersetzungen zu führen sowie Themen aus dem medienwirtschaftlichen Sektor öffentlich zu diskutieren. Das WI-JHW Medienzentrum engagiert sich in diesem Forum mit dem Ziel, Kontakte mit Firmen aufzunehmen, das Thema Zugang von sozial benachteiligten Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen sowie geschlechtsspezifische Fragestellungen mit in die Diskussion einzubringen.

Freiburger Mädchen Medientage 2001

In den Herbstferien 2001 wurden in Freiburg erstmals die Mädchen Medientage durchgeführt. Die Kooperation zwischen dem WI-JHW Medienzentrum, „Frau und Technik“ und der Volkshochschule machten die Bündelung und Vielfalt der Medienworkshops und Seminare für Mädchen, Pädagoginnen und Eltern erst möglich. Die Mädchen Medientage stellen das Thema Mädchen und Technik in den Mittelpunkt ihrer Veranstaltungen, um das Thema in der Öffentlichkeit positiv zu besetzen.

Tabelle 2: Kursangebote der Mädchen Medientage 2001

On Air! Radioworkshop
Comics und Geschichten-Kreative Schreibwerkstatt
Mädchen im Netz -Interneteinführung
Foto Styling am PC
Mädchen Internet-Café
Webgirls – Mädchen erstellen eine Seite im Internet
Abenteuer Computer – Ein Grundkurs am PC
Workshop für Eltern und Lehrer(innen)
Workshop Lernsoftware

Eine dreiwöchige Ausstellung in der Stadtbibliothek rundete die Veranstaltung ab. Diese stieß auf eine positive Resonanz.

Bundesweite LAN-Party

LizzyNet, die Online-Community von Schulen ans Netz e.V. und Young User Education, veranstalteten im Jahre 2002 die erste bundesweite Mädchen-LAN-Party. An zahlreichen Orten über das Bundesgebiet verstreut, spielten Mädchen an lokal vernetzten Computern interaktiv. Ein Standort war das Medienzentrum des Wissenschaftlichen Instituts des Jugendhilfswerks Freiburg e.V. Die LAN- (= Local Area Network) Party wurde in Schulen und Jugendeinrichtungen durchgeführt und pädagogisch betreut. Am Beispiel des Adventure-Games „Zanzarah“ erprobten die Mädchen spielerisch den Umgang mit dem Computer. Vor dem Spiel wurde ein Workshop durchgeführt, in dem den teilnehmenden Mädchen Grundwissen im Aufbau eines Netzwerks vermittelt wurde. LANs werden bislang von Jungen dominiert. Mädchen nehmen nur vereinzelt teil oder schauen sich das Spektakel aus der Distanz an. An verschiedenen Standorten erkundeten die Mädchen eine



faszinierende Welt des vernetzten und interaktiven Spielens und haben dabei Sicherheit im Umgang mit dem Computer erworben. Nach der Begrüßung, stand ein Fotoshooting der Gruppe auf dem Programm. Aufgabe war es, die LizzyNet-Redaktion zum Lachen zu bringen, teils mit (bearbeiteten) Fotos, teils mit etwas Geschriebenem. In Konkurrenz zu der Freiburger Gruppe standen sieben weitere Mädchengruppen aus Berlin, Bonn, Bremen, Dresden, Köln, Magdeburg, Passau, die sich alle ebenfalls zur LAN-Party in ihren Städten getroffen hatten. Durch das Fotoshooting wurde die Stimmung innerhalb der Gruppe gelockert und eine angenehme Atmosphäre geschaffen. Die zehn Mädchen präsentierten sich, ausgerüstet mit Schwimmbrillen, im Innenleben eines Computers. Damit war die Brücke zum Technik-Workshop geschlagen. In diesem ging es um die Vermittlung von Grundkenntnissen über die Hard- und Software im Netz sowie die Einführung in das Spiel „Zanzarah – das verborgene Portal“. In diesem dreht sich alles um die Legende einer längst verloren geglaubten Welt. Die Hauptfigur des Spiels, Amy, befindet sich in einer Fantasy-Welt voller Magie, Abenteuer und spannender Auseinandersetzungen mit Feen, Kobolden und Zwergen. Die Spielerinnen müssen Amy kreativ und interaktiv bei der Rettung ihres Reiches helfen. Das Spiel kann sowohl im Einzel- als auch im Mehrspielermodus gespielt werden. Nach einer kurzen Zeit waren die Mädchen im Alter von 12-15 Jahren Spielexpertinnen. Sie fanden ihre Wege durch die verschiedenen Gärten der Fabelwesen, trainierten und kämpften tapfer mit ihren Feen gegen die Feinde und stärkten sich selbst mit Pizza.

Zweimal trafen sich alle Spielerinnen, die bundesweit an ihren Rechnern saßen, zu einem allgemeinen Chat, um sich über das Spiel und das Fotoshooting auszutauschen.

Alle beteiligten Mädchen saßen mit viel Spaß vor ihrem Computer. In diesem Rahmen wurde auch deutlich, dass Computerspiele keineswegs gewaltverherrlichend sein müssen.

Informatica Feminale

Die Informatica Feminale, die zweite baden-württembergische Sommerhochschule für Frauen in der Informatik, fand in Kooperation mit der Fachhochschule Furtwangen in der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg statt. Das Sommerstudium richtet sich mit einem kompakten Lehrangebot an Studentinnen und an Weiterbildung interessierte Frauen. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurden zum ersten Mal zwei Workshops für Mädchen vom WI-JHW Medienzentrum angeboten. Diese wurden in Kooperation mit Schulen durchgeführt.

Ziel des Workshops „Fotostyling“ war, den zehn Mädchen im Alter von 13 bis 16 Jahren eine Einführung in den Umgang mit der Digitalkamera und einem Bildbearbeitungsprogramm zu geben. Zuerst folgte eine Erläuterung zu den Funktionsmöglichkeiten einer digitalen Fotokamera. Anschließend führten die Teilnehmerinnen und die Mädchen des Radioworkshops „Girls on Air“ zur Universität, um sich direkt vor Ort einen Eindruck von der Informatica Feminale zu verschaffen.



Die Mädchen durchstreiften mit der Kamera die Informatica Feminale, entdeckten die unterschiedlichsten Bildmotive und fotografierten sich gegenseitig. Um sich von dem Studiengang der Informatik eine Vorstellung machen zu können, führte die Radiogruppe ein Interview mit einer Informatikstudentin durch.

Zurück im Medienzentrum übertrugen die Mädchen die Fotos auf den Computer und bearbeiteten diese mit dem Bildbearbeitungsprogramm Paint Shop Pro 7. Mit Hilfe des Scanners wurden zusätzlich Fotos aus Zeitschriften digitalisiert. Favoriten waren hier besonders die aktuellen Stars aus der Musikszene. Diese positionierten die Teilnehmerinnen sehr gerne neben sich. Es entstanden tolle Collagen, jede Menge Fotos und ein Interview. Die Produkte wurden zum Teil auf einer Web-Site veröffentlicht.

Neben den genannten Veranstaltungen ist der „Girlsday“, an welchem Mädchen und Jungen die Chance bekommen, den Arbeitsplatz von Vater oder Mutter zu besichtigen, der „Frauenkongress Freiburg 2001“ und „Zukunfts(t)räume“, eine Veranstaltung in Kooperation mit der Volkshochschule (VHS) und Frau und Technik, weitere bedeutende Gemeinschaftsprojekte. Durch die Kontinuität besteht ein landesweites Netzwerk von Praktikerinnen.

Fazit

Rückblickend auf die ersten Erfahrungen mit dem Projekt medi@girls ist festzustellen, dass viele praxiswirksame Projektinitiativen entwickelt worden sind und erfreuliche Entwicklungen und Resonanzen auszumachen sind: Die vom WI-JHW Medienzentrum entwickelten audiovisuellen Medienkurse für Mädchen und junge Frauen wurden von der Zielgruppe sehr gut angenommen. Die Öffentlichkeitsarbeit lief erfolgreich an, und die Resultate der Medienkurse wurden auf verschiedenen Wegen veröffentlicht so z.B. über ausgestrahlte Radiobeiträge, über eine Ausstellung von aufbereiteten medialen Produktionen von Mädchen, über die Produktion eines internationalen Mädchenkalenders und die Gestaltung und Veröffentlichung von Web-Seiten im

Internet. Dadurch erhielten nicht nur die Teilnehmerinnen eine positive Resonanz in ihrem privaten Umfeld, sondern die Medienkompetenz der Mädchen und die Präsenz von Mädchen in der Medienwelt wurden gestärkt. Nicht zuletzt hat die geschlechtsspezifische Medienarbeit an öffentlicher Präsenz und weit gestreutem Interesse gewonnen. Dank des breit angelegten Arbeitsansatzes und der erwähnten Präsenz des Projekts in der Öffentlichkeit waren neben Anfragen, die sich auf konkrete Projektangebote bezogen, auch Reaktionen beim WI-JHW Medienzentrum zu verzeichnen, die auf ganz unterschiedlichen Ebenen Auswirkungen zeigten:

- Eine Informationsveranstaltung zum Thema „Neue Medienberufe“ fand einen unerwartet großen Anklang, was in der Zahl der Teilnehmerinnen aber auch in der engagierten Diskussion zum Ausdruck kam.
- Im Rahmen der Diskussion über den geplanten Medienpark in Freiburg wird der Genderfrage einen hohen Stellenwert eingeräumt, Mitarbeiterinnen wurden gebeten hierzu ihre fachlichen Kompetenzen und Erfahrungen einzubringen.
- Vertreterinnen der Wirtschaft, deren Anliegen die Nachwuchsförderung ist, haben nach der Sichtung des Projekts medi@girls die Projektleiterinnen als Gesprächspartnerinnen aufgesucht und in ihre Diskussionen einbezogen.
- Ebenfalls ist ein fachlicher Austausch mit den Projekten „learn IT- train IT.de“ (Freiburger Weiterbildungszentrum) und der informatica feminine (Fachhochschule Furtwangen) zum Thema Mädchen in IT Berufen entstanden.

Ein besonderer Entwicklungsbedarf für die praktische Medienarbeit mit Mädchen und jungen Frauen ist die Unterstützung und das Training von Multiplikatorinnen. Im Gegensatz zu dem inzwischen wachsenden Interesse von Fachfrauen an medienpädagogischen Inhalten muss festgestellt werden, dass bisher kaum methodisch-didaktische Materialien zur geschlechtsspezifischen Medienarbeit vorliegen. Den rasanten gesellschaftlichen Entwicklungen, Bedürfnissen und Erwartungen stehen noch keine Äquivalente in Form von schriftlichen Ausarbeitungen gegenüber. Obwohl es in verschiedenen Städten inzwischen Initiativen gibt, die punktuell geschlechtsspezifische Medienangebote durchführen, fehlt es an Information, Dokumentation und fachlichem Austausch.

Um Synergieeffekte zu erzielen und Vernetzungen voranzutreiben, stellt sich dem Projekt jetzt die Aufgabe, bewährte Praxisbausteine und positive Erfahrungen in den Praxisprojekten von medi@girls so aufzubereiten, dass sie auch von anderen Multiplikatorinnen in unterschiedlichen Kontexten verwendbar sind.

Das Weitergeben der Erfahrungen und Ergebnisse des Landesleitprojekts medi@girls stellt sich als große Herausforderung dar. Denn es sind eine Fülle von unterschiedlichen Rahmenbedingungen sowie personalen und programmatischen Voraussetzungen zu berücksichtigen, um den Transfer der Durchführung von Mädchen-Medienprojekten in einem etablierten Medienzentrum in freier Trägerschaft in andere Kontexte zu gewährleisten: Was ist beispielsweise zu bedenken, wenn ein Mädchen-Medienprojekt in einem Kindergarten, im schulischen Kontext, in der beruflichen Bildung, in einer Freizeitstätte oder in einer stationären Einrichtung der Jugendhilfe durchgeführt werden soll? Was ist bei der Einbeziehung unterschiedlicher Zielgruppen wie etwa Gymnasiastinnen, Hauptschülerinnen, Migrantinnen oder Absolventinnen des Berufsvorbereitungsjahrs (BVJ) zu beachten? Welche besonderen Merkmale sind bei der Durchführung von Medienprojekten mit Mädchen in Abgrenzung zu solchen mit Jungen zu berücksichtigen? So ist eine Vielfalt von Dimensionen zu erfassen, um die Projekterfahrungen für unterschiedliche Arbeitsbereiche und Personen- und Berufsgruppen angemessen zu dokumentieren, zu transportieren und Prozesse des Informationsaustausches zu qualifizieren.

Die Zukunftsperspektiven von medi@girls können wie folgt zusammengefasst werden:

- Das WI-JHW Medienzentrum plant eine Verstärkung der geschlechtsspezifischen Medienarbeit für Mädchen und junge Frauen.
- Die Verknüpfung von praktischer Mädchenarbeit, Multiplikatorinnenschulung, Serviceangeboten rund um Multimedia und Öffentlichkeitsarbeit bekommt in der pädagogischen Arbeit eine immer größere Bedeutung.
- Die Kooperation mit Jugendhilfeeinrichtungen sowie die Vernetzung mit Firmen und Ausbildungseinrichtungen sind neben der praktischen Medienarbeit zentrale Anliegen einer Weiterentwicklung.
- Neben der genderorientierten Projektentwicklung ist die Verknüpfung von Theorie und Praxis sowie die ständige Weiterentwicklung und Evaluierung der Angebote erforderlich.

Literatur

- Brenner G., Niesyto H. (Hrsg.) (1993): Handlungsorientierte Medienarbeit. Reihe Praxishilfen Jugendarbeit. Weinheim und München.
- Eble, Karin (2002): Handlungsorientierte Medienarbeit mit Mädchen und Jungen. In: H. M. Epp (Hrsg.): Genderstudies und Fachwissenschaften, S. 179-182.
- Eble, Karin/Schumacher, Irene (2003): medi@girls - Medienprojekte für Mädchen! München.
- Eble, Karin/Schumacher, Irene (2001): Medienkompetenz mit Witz – Der Freiburger Mädchenkalender. nexum 4, S. 6-13.
- Eble, Karin/Schumacher, Irene (1996): Ferien im Urwald, in Computer und Unterricht, 24/1996, S. 40-46.
- Niesyto, H.(1999): Medienpädagogik und soziokulturelle Unterschiede, unveröffentlichte Studie.
- Niesyto, H. (2001): Selbstaussdruck mit Medien: Eigenproduktionen mit Medien als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung. München: KoPäd.
- Pöttinger, I. (1997). Lernziel Medienkompetenz: Theoretische Grundlagen und praktische Evaluation anhand eines Hörspielprojekts. München: KoPäd.
- Leitfaden Mädchenmedientage (2002): Freiburg.
- WI-JHW Medienzentrum (2002): medi@girls Jahresprogramm 2002. Freiburg.
- WI-JHW Medienzentrum (2001): Homepage des Projekts medi@girls, abrufbar unter der URL: www.medi@girls.de vom März 2003.

Ursula Knöpfle

Aktive Lobbyarbeit für Mädchen in Freiburg: medi@girls

Freiburg ist – dank des großen bürgerschaftlichen Engagements vieler Frauen, des gewachsenen Netzes und der institutionalisierten Frauenpolitik – auf einem guten Weg zur Gleichberechtigung von Mädchen und Frauen.

„Mädchen machen Nägel mit Köpf[ch]en!“ so lautete der Titel einer Ausstellung der Stelle zur Gleichberechtigung der Frau, die 1991 in der Freiburger Stadtbibliothek gezeigt wurde. Die Informationsschau, die sich an LehrerInnen, BerufsberaterInnen, an Mütter und Väter, vor allem aber an junge Schulabgängerinnen richtete, ging der Frage nach, warum die Welt der gewerblich technischen, mithin typischen „Männerberufe“, für Frauen bis heute weitgehend verschlossen bleibt. Etwa 400 Ausbildungsberufe stehen für weibliche und männliche Schulabgänger zur Auswahl, jedoch entscheiden sich zwei Drittel aller Mädchen immer noch für typische Frauenberufe wie Friseurin, Verkäuferin, Arzthelferin oder Bürokauffrau. Diese Lieblingsberufe der Mädchen und jungen Frauen zeichnen sich alle durch schlechte Aufstiegschancen, unzureichende Absicherung, schlechte Bezahlung, hohes Arbeitslosigkeitsrisiko und geringe Qualifikation aus.

Bereits 1991 war klar, die geschlechtsspezifische Berufswahl hat wenig mit körperlicher Eignung, aber viel mit gesellschaftlichem Rollenverhalten zu tun. Technisch-wissenschaftliches Verständnis, so die Ausstellung, ist keine „männliche“ Eigenschaft, sondern Ergebnis eines anerzogenen Rollenverhaltens. Die Gleichberechtigung von Mädchen und junge Frauen braucht also Unterstützung und Vorbilder, um das Berufswahlverhalten zu ändern. Flankiert wurde die Ausstellung „Mädchen machen Nägel mit Köpf[ch]en!“ mit einem umfangreichen Begleitprogramm. An einem Experiment nahmen 20 Schülerinnen und Schüler teil: Die Mädchen machten ein Berufspraktikum in einem typischen Männerberuf, die Jungen in einem typischen Frauenberuf.

Heute, im Jahr 2003, ist festzuhalten, dass das Berufswahlspektrum der Mädchen und jungen Frauen sich kaum erweitert hat. Neben den „Männer-Berufen“ im gewerblich-technischen Bereich kommen nun die Berufe in der Informations- und Kommunikationstechnologie dazu. Der Frauenanteil bei Ausbildungsberufen und Studiengängen im IT-Bereich liegt zu Zeit nur bei 10 bis 15 Prozent. Das Berufswahlverhalten der Mädchen und jungen Frauen zeigt, geschlechterspezifische Rollenzuweisungen sind nach wie vor wirksam und werden an vielen Stellen, in vielen Köpfen und an vielen Orten – bewusst oder unbewusst – eher reproduziert als hinterfragt. An den schulischen Leistungen der Mädchen und jungen Frauen kann es dabei nicht liegen. Mädchen haben Jungen nicht nur eingeholt, sondern inzwischen überholt. Gewiss ist, Mädchen und Jungen sind nicht gleich und lernen nicht gleich. Diese Erkenntnis muss ebenso in die pädagogischen Konzepte, Programme und Unterrichtseinheiten einfließen, wie es eine spezifische Förderung und Unterstützung von Mädchen und jungen Frauen geben muss, um Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit herzustellen.

Lobbyarbeit und Vernetzung

Mit der Einrichtung der Stelle zur Gleichberechtigung der Frau 1985 hat die Stadt Freiburg die Weichen gestellt, auf kommunaler Ebene den Gleichberechtigungsauftrag des Grundgesetzes umzusetzen. Die Frauenbeauftragten der Stadt Freiburg sind die parteiliche Interessenvertretung für alle Frauen, um Gleichberechtigung voran zu bringen. Die Mädchenfrage gehört dazu. Die von uns 1991 initiierte Ausstellung „Mädchen machen Nägel mit Köpf[ch]en!“ setzte Impulse.

Zaghaft entstanden die ersten Kooperationen mit Handwerkskammer, Arbeitsamt, Schulen und Handwerksbetrieben. Engagierte Fachfrauen aus den Jugendhilfeeinrichtungen konnten gewonnen und eingebunden werden. Durch die breit angelegte Telefonaktion zum Berufswahlverhalten von Mädchen und jungen Frauen mit der Badischen Zeitung erhielt das Thema die notwendige Öffentlichkeit, um Veränderungs- und Bewusstseinsprozesse einzuleiten.

Mädchenspezifischen Einrichtungen und Institutionen und Frauenbeauftragte sind zunehmend vernetzt und arbeiten ziel- und projektorientiert zusammen. Im Zusammenwirken gelingt es immer wieder, die Mädchenfrage gut zu platzieren, so im Projekt „Mädchenarbeit im Verbund“, das von 1991 bis 1994 vom Jugendhilfswerk Freiburg e.V., dem Nachbarschaftswerk e. V. und der Arbeitsgemeinschaft Jugendberatung Freiburg e. V. durchgeführt wurde. Ein Ergebnis von vielen war die Idee eines Mädchenkalenders für Freiburg. Die Frauenbeauftragten haben diese Idee gerne inhaltlich und, für die erste Ausgabe, auch finanziell unterstützt. Der erste Freiburger Mädchenkalender, der im Sommer 1994 der Presse vorgestellt wurde, verfolgte zwei Ziele: Erstens, Mädchen in Freiburg die Information und einen leichten Zugang zu allerlei Wissenswerten zu vermitteln: Anlaufstellen und Beratungsinstitutionen, praktische Tipps für den Alltag, Freizeitangebote und Themen zur Sexualität ebenso wie Backrezepte, Gedichte und Anekdoten von und für Mädchen. Zweitens, Mädchen in ihrem Selbstvertrauen zu stärken, damit sie sich selbst erleben können. Neun Monate haben Mädchen der Mädchengruppe des Medienzentrums im Wissenschaftlichen Institut des Jugendhilfswerks Freiburg e.V. ihren Mädchenkalender selbst gestaltet und erarbeitet. Ein groß angelegter Verteiler sorgte dafür, dass er an möglichst vielen Stellen in der Stadt wie Schulklassen, Jugendhilfeeinrichtungen, Ausländerinitiative, Beratungsstellen, Rathaus, Kinderbüro und Stelle zur Gleichberechtigung der Frau, bereit lag. Übergeordnetes Ziel war und ist es, viele Mädchen unabhängig von Wohnort und familiären Hintergrund zu erreichen. Durch Kooperation, Vernetzung und Finanzierungsanschub ist der Mädchenkalender mittlerweile zu einer festen Einrichtung geworden. Nach dem inzwischen die sechste Auflage gedruckt wurde, heißt es zum Beginn eines jeden Schuljahres nun „Der MÄK ist wieder da!“ Die jeweilige Mädchenredaktionsgruppe stellt den Mädchenkalender jedes Jahr unter ein anderes Thema.

Beitrag der Frauenbeauftragten im Mädchenkalender „MÄK“ 2000/2001:

„Ich kann werden, was ich will ...“

Dies sagen viele Mädchen, wenn es um die Berufswahl geht. Aber 60 Prozent aller Mädchen entscheiden sich für 10 von 365 Ausbildungsberufen. Diese 10 typischen Frauenberufe gehören zu den schlecht-bezahltesten Berufen. Frauen verdienen deshalb nach wie vor 1/4 weniger als Männer.

Ist das gleichberechtigt?

Noch immer werden Mädchen und Jungen anders erzogen, noch immer gibt es viele Vorurteile gegen Mädchen und ihre Fähigkeiten.

Dies zu ändern, gehört zu den vielfältigen Aufgaben der Frauenbeauftragten der Stadt Freiburg. Wir setzen uns dafür ein, dass eure Interessen Gehör finden, damit Chancengleichheit in allen Bereichen stattfindet: in der Schule, auf dem Sportplatz, auf der Straße, im Beruf, in der Partnerschaft ...

Wenn Ihr Lust habt, uns und unsere Arbeit kennen zu lernen, wenn Ihr Infos braucht oder Fragen habt, ein Klick genügt!

E-Mail: frauenbeauftragte@stadt.freiburg.de

Die Frauenbeauftragte der Stadt Freiburg, Rempartstraße 4, 79098 Freiburg

Tel. 07 61/201-1700 Fax 201-1729

Diese beiden Beispiele für Mädchenförderung zeigen, dass die Durchsetzung der Gleichberechtigung für Mädchen und junge Frauen in allen Bereichen eine komplexe, zeitintensive und langfristige Aufgabe ist. Es bedarf der Unterstützung vieler, um Rollenklischees aufzubrechen, um Bewusstsein und Verhalten zu ändern, um spezifische Wege zur Chancengleichheit zu

eröffnen, Netze zu knüpfen und Rahmenbedingungen dafür herzustellen und abzusichern. Freiburg stellt sich dieser Aufgabe.

Das von der Stelle zur Gleichberechtigung der Frau im Oktober 2002 herausgegebene neue Frauenhandbuch dokumentiert eindrucksvoll, dass die Freiburger Frauen- und Mädcheninfrastruktur über Jahre ausgebaut werden konnte. Frauengruppen, -verbände und Institutionen mit ihren verschiedenen Angeboten und Inhalten für unterschiedliche Zielgruppen bieten Möglichkeiten für Engagement, Unterstützung und Zusammenschlüsse von Frauennetzwerken. Die Mädchen gehören dazu. Die Rubrik „Mädchen“ zählt folgende Pro-Mädchenstellen und Arbeitskreise auf:

- Arbeitskreis Mädchen
- Arbeitskreis Mädchen und Beruf – MUB
- IN VIA Katholische Mädchensozialarbeit
- Jugendhilfswerk Freiburg e.V. - Werkstatt
- Koordinationsstelle für Mädchenarbeit beim Sozial- und Jugendamt
- Wissenschaftliches Institut des Jugendhilfswerks e.V., Medienzentrum
- Pfadfinderinnenschaft St. Georg
- Psychologische Beratungsstelle des WI-JHW
- Tritta – Verein für feministische Mädchenarbeit e. V.
- Zuflucht für Mädchen der Waisenhausstiftung

Im Medienbereich gibt es erfolgreiche Kooperationen zwischen Frau und Technik e. V., dem Frauenbereich der Volkshochschule Freiburg e. V. und Jugendhilfswerk Freiburg e. V. Mit Unterstützung des Sozialministeriums Baden-Württemberg konnten Mädchen-Medientage durchgeführt werden. Dabei wurde ein Leitfaden für Projekte zur Medienarbeit mit und für Mädchen herausgegeben, der an Multiplikatoren und Multiplikatorinnen weitergegeben wurde. Die städtische Kontaktstelle Frau und Beruf, die 1995 auf Initiative der Frauenbeauftragten in Freiburg eingerichtet wurde, erweitert das Netz der aktiven Mädchen- und Frauenförderung in der Arbeitswelt. Die jährlich stattfindende Veranstaltung „Zukunfts(t)räume“ richtet sich auch mit einer ganzen Reihe verschiedener Angebote speziell an Mädchen und junge Frauen vor der Berufswahl. Mit den Angeboten „Mailen, Chatten und Surfen“, „Den Computer spielerisch entdecken“ und „Sounds in the City“ wurden gezielt Mädchen und junge Frauen im Alter von 6 bis 18 Jahren angesprochen.

Medien und Gleichberechtigung

Der Rückblick auf mehr als 15 Jahre institutionalisierte Frauenpolitik zeigt, Mädchen- und Frauenprojekte fallen nicht vom Himmel. Vielmehr braucht es Kreativität, Beharrlichkeit und Mut Einzelner und Vieler, um sich für das Ziel Gleichberechtigung für Mädchen und junge Frauen einzumischen, um mitzumachen und mit zu gestalten. Dies gilt auch für das jüngste Projekt medi@girls des Medienzentrums im WI-JHW.

medi@girls will die Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen stärken. Das Projekt will Impulse geben, um das Berufswahlspektrum zu erweitern. medi@girls findet im außerschulischen öffentlichen Raum statt und stellt Mädchen und junge Frauen in den Mittelpunkt. Der Mädchenkalender ist ein Schwerpunkt im Kurs- und Projektangebot von medi@girls. Durch die Bekanntheit und den langen Vorlauf des Mädchenkalenders werden Mädchen aus unterschiedlichen Schichten, aus unterschiedlichen Religions- und Kulturkreisen und aus allen Stadtteilen erreicht. Der Mädchenkalender hat entscheidend dazu beigetragen, dass ein aktives Netzwerk unter Mädchen entstanden ist. Das Projekt medi@girls stärkt die Medienkompetenz der Einzelnen und fördert gleichzeitig Kommunikation, soziales Verhalten und Solidarität untereinander. Mädchen

werden durch die auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Kursangebote ermutigt und gefordert, ebenso wie Jungen, den öffentlichen außerschulischen Raum zu besetzen.

Die Besetzung des Projektbeirats mit seiner interdisziplinären Zusammensetzung mit Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Jugendhilfe, Pädagogik, Technischer Hochschule, Kommunal- und Landespolitik und institutionalisierter Mädchen- und Frauenpolitik unterstützt die gemeinsame Aufgabe in Freiburg. Die Stärkung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen, um sie für die IT-Berufe zu gewinnen, muss früh ansetzen und braucht WegbereiterInnen und WegbegleiterInnen. Aktive Umsetzung von Gleichberechtigung bedarf der Verzahnung und des Austauschs. Dies wiederum schärft das Bewusstsein und regt zur Überprüfung des eigenen Mädchen- und Frauenbildes an. Berührungspunkte können so abgebaut werden und neue Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen sich. Die professionelle Vernetzung im Projektbeirat *medi@girls* richtet den Blick über den eigenen Tellerrand und über Stadt- und Landesgrenzen hinweg. *medi@girls* ist deshalb so lebendig, weil es gelingt, erstens die Mädchen und jungen Frauen in ihrer Vielfalt zu erreichen und zweitens, weil die ProjektbeiratInnen nachhaltig als MultiplikatorInnen über das Ende des Projekts hinaus wirken können.

Als Frauenbeauftragte der Stadt Freiburg freue ich mich über dieses wegweisende, innovative Projekt *medi@girls*, das ich auch als ProjektbeiratIn gerne unterstütze. Freiburg ist – dank des großen bürgerschaftlichen Engagements vieler Frauen, des gewachsenen Netzes und der institutionalisierten Frauenpolitik – auf einem guten Weg zur Gleichberechtigung von Mädchen und Frauen.

Ulrike Sammet

Mädchengerecht und lebensweltorientiert - Zur Bedeutung von geschlechtshomogenen Angeboten für Mädchen und junge Frauen im Bereich der Neuen Medien

Trotz der wachsenden Anzahl von Mädchen, die sich für Computer und Internet begeistern, ist der Förderbedarf von Mädchen und jungen Frauen im Bereich der neuen Medien nach wie vor offenkundig. Angesichts der wachsenden Bedeutung von computertechnischen Kompetenzen als wichtiger Kulturtechnik neben Lesen, Schreiben und Rechnen müssen insbesondere für die bisherigen Nicht-Nutzerinnen Zugangswege zur Computertechnik geebnet werden. Ausgehend von der These, dass sich Jungen eher von den technischen Möglichkeiten des Computers faszinieren lassen und Mädchen eine stärkere Affinität zu den Bereichen Information, Interaktivität und Kommunikation haben, bieten geschlechtshomogene Angebote in besonderer Weise die Chance, an den Themen und den Anwendungsprofilen anzusetzen, die den Interessen und Bedürfnissen von Mädchen und jungen Frauen gerecht werden.

Mädchen sind stark im Kommen, was die Nutzung von Computern angeht. Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest stellt in den letzten Jahren in seinen repräsentativen Untersuchungen zum Medienumgang von Kindern und Jugendlichen einen kontinuierlichen Zuwachs von Mädchen als Nutzerinnen von Computern fest. Bei den 6- bis 13jährigen schaltet jedes zweite Mädchen (55 Prozent) zumindest selten in ihrer Freizeit einen Computer ein. 23 Prozent dieser computernutzenden Mädchen zählen zu den intensiven Nutzerinnen, d. h. sie greifen mindestens einmal pro Woche zu Maus und Tastatur (vgl. KIM-Studie 2000). Bei den 12- bis 19jährigen zählt der Computer bereits bei drei von vier Mädchen (79 Prozent) zur gelegentlichen Freizeitaktivität, 56 Prozent von ihnen sind Intensivnutzerinnen (vgl. JIM-Studie 2001 sowie dieser Band S.9 ff.).

Damit haben die Mädchen in den letzten Jahren im quantitativen Vergleich mit ihren männlichen Altersgenossen deutlich aufgeholt. Zwar beschäftigen sich nach wie vor mehr Jungen und junge Männer intensiver mit Computern als Mädchen und junge Frauen, aber insbesondere bei Mädchen, die den Computer und das Internet regelmäßig nutzen, verwischen die Unterschiede zu den männlichen Gleichaltrigen zunehmend (vgl. JIM-Studie 2001). Die wachsende Zahl der Mädchen und jungen Frauen, die zu den regelmäßigen Nutzerinnen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien zählen, zeigt, dass sich die These von der Distanz zur Computertechnik bei Mädchen nicht ungebrochen aufrecht erhalten lässt. Demgegenüber gibt es jedoch nach wie vor zahlreiche Mädchen und junge Frauen, die bisher keinen Zugang zu den neuen Medien gefunden haben. Ein Blick auf diejenigen Kinder und Jugendlichen, die bisher nicht zu den Computernutzer/innen zählen, vermittelt diese Kehrseite der Medaille.

Bereits im Kindesalter haben Mädchen mit 45 Prozent häufiger als Jungen (34 Prozent) keine Computererfahrung. Während sich von diesen männlichen Nicht-Nutzern mehr als die Hälfte (52 Prozent) wünscht, sich gerne oder sehr gerne mit dem Computer zu beschäftigen, will sich der Großteil der weiblichen Nicht-Nutzerinnen (54 Prozent) nicht so gerne oder überhaupt nicht gerne mit Computern beschäftigen (vgl. KIM-Studie 2000). Und bei den 12- bis 19jährigen stimmt immer noch fast jedes fünfte Mädchen (18 Prozent) der folgenden Aussage zu: „Compu-

ter sind so kompliziert, dass man sie kaum bedienen kann!“ (vgl. JIM-Studie 2001). Es lässt sich festhalten, dass sich Mädchen und junge Frauen dann für Computer und seine Anwendungsmöglichkeiten interessieren, wenn sie bereits Gelegenheit hatten, einen Computer zu nutzen. Die Bindung an das Medium Computer ist bei computernutzenden Mädchen deutlich höher als bei Mädchen generell (vgl. JIM-Studie 2001).

Trotz der wachsenden Anzahl von Mädchen, die sich für Computer und Internet begeistern, ist der Förderbedarf von Mädchen und jungen Frauen im Bereich der neuen Medien nach wie vor offenkundig. Angesichts der wachsenden Bedeutung von computertechnischen Kompetenzen als wichtiger Kulturtechnik neben Lesen, Schreiben und Rechnen müssen insbesondere für die bisherigen Nicht-Nutzerinnen Zugangswege zur Computertechnik geebnet werden. Auch in Hinblick auf die Wichtigkeit von Computer-Know-How als Zugangsvoraussetzung für berufliche Qualifikationen gilt es, Mädchen verstärkt Zugang zu den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien zu verschaffen, um langfristig Chancengleichheit auf dem Arbeitsmarkt zu erzielen.

Diese Forderung wird durch einen differenzierten Blick auf die nach wie vor stark geschlechtsspezifisch strukturierten Interessen und die Zugangsmöglichkeiten von Mädchen und Jungen zu Computern bestätigt. Bereits im Kindesalter interessieren sich Mädchen eher für Tiere, Musik, Stars, Kleidung und Bücher – Jungen für Auto, Technik, Computerspiele, Computerzubehör und Internet (vgl. KIM-Studie 2000). Dieser Trend setzt sich auch bei den 13- bis 19jährigen fort. So sind bei Jungen und jungen Männern die Bereiche Technik, Auto, Computerspiele und Internet überproportional vertreten, während Mädchen und junge Frauen sich eher für Kunst, Kultur, Reisen, Gesundheit und Mode interessieren (vgl. JIM-Studie 2001).

Computer spielen bei Jungen nicht nur bei den Themeninteressen eine größere Rolle als bei den Mädchen, sie verfügen auch häufiger über einen Zugang zu Computer und Internet als ihre weiblichen Altersgenossinnen. Bei den 13- bis 19jährigen haben mehr Jungen (58 Prozent) einen eigenen Computer zur Verfügung als Mädchen (40 Prozent). In Bezug auf das Internet sind es sogar doppelt so viele Jungen und junge Männer (33 Prozent) als Mädchen und junge Frauen (16 Prozent), die über einen eigenen Zugang online gehen können. Zudem sitzen Mädchen nach eigenen Angaben der befragten Jugendlichen häufiger an Geräten, die im Vergleich zu denen der männlichen Gleichaltrigen mit technisch geringeren Hardware-Komponenten ausgestattet sind (vgl. JIM-Studie 2001). Die geschlechtsspezifische Affinität zu Computern und den neuen Kommunikations- und Informationstechnologien setzt sich schließlich auch in der Wahl des Berufswunsches fort. Deutlich weniger Mädchen und junge Frauen streben einen Beruf in der IT-Branche an als Jungen (vgl. JIM-Studie 2001).

Eine nachhaltige Veränderung bedingt eine entschiedene Sensibilität für geschlechtsspezifische Zugänge zu den neuen Medien im gesamten Querschnitt der Kinder- und Jugendhilfe. Angebote im Computerbereich, die sich ausschließlich an Mädchen und junge Frauen richten, stellen hier einen zentralen Baustein dar. Dabei sind sie keinesfalls als reines Förderangebot mißzuverstehen, das darauf abzielt, dass Mädchen und junge Frauen im Sinne eines Aufholbedarfs eine erhöhte Technikkompetenz erlangen. Die Bedeutung von geschlechtshomogenen Angeboten liegt vielmehr in ihrer Qualität, die eine fachkompetente Antwort auf die Frage bietet, wie mädchenge-rechte Zugänge zur Computertechnik gestaltet werden können.

Der Umgang mit (Computer-)Technik ist nicht geschlechtsneutral, sondern ein komplexes Produkt aus gesellschaftlich geprägten Sozialisations- und Aneignungsprozessen. Moderne Geschlechtertheorien beschreiben mit dem Begriff „doing gender“ eine Dynamik, die ihren Ausgangspunkt in der These nimmt, dass wir nicht ein Geschlecht haben, sondern dass unser Geschlecht durch unser aktives Handeln entsteht. Mit jedem Tun und mit jedem interaktiven

Prozess werden die sozial und kulturell definierten Aspekte des Geschlechts von neuem wiederhergestellt. In Bezug auf Technikkompetenz existiert in unserer Gesellschaft eine Fülle solcher geschlechtsspezifischen Zuschreibungen und Klischeevorstellungen. Dabei werden Jungen und Männer im allgemeinen als technikkompetenter als Mädchen und Frauen eingeschätzt. In der Folge haben Mädchen und Jungen sehr unterschiedliche Ausgangsbedingungen, wenn sie sich Computerwissen aneignen. Sie tun das „vor einem gesellschaftlichen Hintergrund, welcher der einen Gruppe Vorschusslorbeeren‘ gibt, während den Mitgliedern der anderen Gruppe auferlegt wird, ihre Eignung für den Computerumgang fortgesetzt unter Beweis zu stellen“ (Collmer 2001).

Computerangebote, die sich ausschließlich an Mädchen richten und von Frauen angeleitet werden, bieten folglich die Chance, dass die Teilnehmerinnen „eine Auszeit von der Gender-Ordnung nehmen können“ (Collmer 2001). In diesem Sinne bieten geschlechtshomogene Angebotsformen für Mädchen Frei- und Experimentierräume als Zugangsmöglichkeit zur Computertechnik an. Der Schlüssel zum Erfolg ist dabei nicht allein die geschlechtshomogene Organisationsform, sondern die tatsächliche Orientierung der Angebote an den Lebenswelten der Teilnehmerinnen.

Mädchen und Jungen unterscheiden sich in Hinblick auf ihr Anwendungsprofil in einigen markanten Punkten: Bereits im Kindesalter zeigt sich, dass Jungen überproportional häufig alleine oder mit anderen Computerspiele spielen und doppelt so häufig wie Mädchen programmieren. Mädchen wiederum nutzen den Computer häufiger zum Texte schreiben, zum Malen oder als Nachschlagewerk (vgl. KIM-Studie 2000). Jungen im Alter von 12 bis 19 Jahren weisen eine sehr viel stärkere Audio-Nutzung auf und beschäftigen sich intensiver mit der Bearbeitung von Bildern als Mädchen. Mädchen hingegen nutzen Computer häufiger für die Schule oder zum Schreiben von Texten (vgl. JIM-Studie 2001).

Interessanterweise steigt die Attraktivität des Computers für Mädchen mit den interaktiven Anwendungsmöglichkeiten des Internets. In Bezug auf die Nutzung des Internets weisen Mädchen in der Altersgruppe der 6- bis 13jährigen ein sehr viel breiteres Anwendungsspektrum auf als Jungen. Mädchen sind hier nicht nur im Bereich der Informationssuche, dem Versenden von E-Mails, dem Lesen in Gästebüchern oder Newsrooms überrepräsentiert, sondern auch beim Downloaden von Dateien oder bei Netzspielen (vgl. KIM-Studie 2000). Dieser Vorsprung ebnet sich mit Erreichen der Pubertät allerdings wieder ein. Bei jugendlichen Mädchen und jungen Frauen bleibt das Chatten die einzige Online-Anwendung, bei der Mädchen einen größeren Anteil der regelmäßigen Nutzer/innen stellen (vgl. JIM-Studie 2001).

Ausgehend von der These, dass sich Jungen eher von den technischen Möglichkeiten des Computers faszinieren lassen und Mädchen eine stärkere Affinität zu den Bereichen Information, Interaktivität und Kommunikation haben, bieten geschlechtshomogene Angebote in besonderer Weise die Chance, an den Themen und den Anwendungsprofilen anzusetzen, die den Interessen und Bedürfnissen von Mädchen und jungen Frauen gerecht werden. Die Anwendung mädchen-gerechter Methoden bedeutet dann erstens, Programme, Anwendungsmöglichkeiten und Online-Dienste zu verwenden, die auf die Themen und Interessen der jeweiligen Teilnehmerinnen zugeschnitten sind. Zweitens geht es darum, Mädchen darin zu unterstützen, selbst als aktiv Beteiligte an der Gestaltung des Mediums Internet zu partizipieren, z. B. durch die Erstellung eigener Homepages, interaktiver Internet-Zeitungen oder virtueller Räume. Drittens erfordert das Internet die Aneignung von Kompetenzen im Umgang mit medial vermittelten Welten, die bei Mädchen andere Lebenswirklichkeiten, Wahrnehmungen und Sichtweisen ansprechen als bei Jungen (vgl. Schmittinger 2000). Gerade angesichts der wachsenden Bedeutung von Technik als Vermittlungsinstanz medialer (Vor-)Bilder für die geschlechtliche Identitätsfindung eröffnen Computerangebote, die sich gezielt an Mädchen und junge Frauen richten, neue Erfahrungs- und

Auseinandersetzungsräume. Auf der einen Seite geht es dabei um einen Prozess der Selbstinszenierung und Selbstaneignung. Zum Beispiel können Mädchen in kreativen Multimedia-Projekten Bilder und Töne inszenieren, die ihren Lebenswirklichkeiten und ihren Sichtweisen entsprechen, und diese im öffentlichen Raum präsentieren (vgl. Schmittinger 2000). Ein anderes Beispiel stellen Chaträume dar, die neue Erfahrungen von „Körperlosigkeit“ ermöglichen, indem sich Mädchen dort unabhängig von ihrer tatsächlichen Identität inszenieren und somit jenseits von Schönheitsidealen und Geschlechtsrollenzuschreibungen agieren können (vgl. Lehmann 2001).

Auf der anderen Seite werden Mädchen und junge Frauen in den neuen Medien auch mit unerwünschten medialen Räumen und Personen konfrontiert, z. B. bei Belästigung im Chat oder bei pornographischer Werbung im Internet. Diese fordern Verhaltensweisen und Antworten heraus, die wiederum nicht losgelöst von der eigenen geschlechtlichen Identität und den eigenen Erfahrungen als Mädchen oder Frau geführt werden. Auf die Frage, ob pornographische Seiten im Internet verboten werden sollten, antwortet beispielsweise fast jedes zweite Mädchen (47 Prozent) im Alter von 12 bis 19 Jahren mit Ja, während sich nur jeder vierte Junge (23 Prozent) für ein Verbot ausspricht (vgl. JIM-Studie 2001).

Mädchen und junge Frauen brauchen für diese medialen Auseinandersetzungen Ansprechpartnerinnen, die einerseits Wissen vermitteln bzw. aufklärend Hilfestellung geben und andererseits eine kompetente Begleitung und Reflexion des Erlebten gewährleisten können. Pädagoginnen im Medienbereich erfüllen somit nicht nur die Funktion der technikkompetenten Referentinnen, sondern sie stehen als Frauen auch als geschlechtliche Rollenvorbilder zur Verfügung, die Verhaltensmöglichkeiten vorleben und somit Auseinandersetzungsflächen für die eigene Identitätsbildung von Mädchen und jungen Frauen bieten (vgl. Lehmann 2001).

An die außerschulische Jugendbildung stellt sich die Anforderung, mädchengerechte Angebote im Bereich der neuen Medien zu schaffen, die nicht allein mit dem besonderen Förderungsbedarf von Mädchen und jungen Frauen argumentieren, sondern die diese fachlich-didaktische Qualität einer geschlechterbewussten (Medien-)Pädagogik aufgreifen. Mädchengerechte Zugänge im Medienbereich zu schaffen bedeutet dann, gezielt Angebote für Mädchen und junge Frauen zu fördern, die sich an ihren Interessen und Bedürfnissen ausrichten und auf ihre kreativen und medienkompetenten Potentiale eingehen. Dieser Anspruch muss in der außerschulischen Jugendbildung sowohl durch den Aufbau bzw. Absicherung geschlechtshomogener Angebote als auch durch die Geschlechterdifferenzierung von koedukativ ausgerichteten Einrichtungen eingelöst werden, um Mädchen und jungen Frauen grundsätzliche Partizipationsmöglichkeiten an den neuen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten einzuräumen.

Literatur

- Collmer, Sabine (2001): Per Mausblick in die virtuelle Welt: wie Mädchen und Frauen sich das Internet aneignen – und was sie von männlichen Nutzern unterscheidet. In: Arbeitsgemeinschaft im Paritätischen Wohlfahrtsverband Landesverband Nordrhein-Westfalen e. V. (Hrsg.): Info 1.2001, Mädchen und neue Medien, Wuppertal.
- Döring, Nicola (2000): Netzkommunikation – Chancen für Mädchen und Frauen? In: Förderung der Mädchenarbeit im Institut für soziale Arbeit e. V. (Hrsg.): Betrifft Mädchen, 2/2000, Mädchen und neue Medien, Münster.
- Kreisjugendring München-Stadt (Hrsg.) (1999): Computer in der Jugendarbeit. Ein Arbeitsfeld entwickelt sich – wo stehen die Mädchen? Dokumentation des Fachgesprächs am 02.02.1999, München.
- Lehmann, Karen (2001): Trinetta und die Zickenpost. Erfahrungen aus der Mädchenarbeit mit dem Internet. In: Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (Hrsg.): „Meine Sache. Mädchen gehen ihren Weg“. Dokumentation der Fachtagung zur Sexualpädagogischen Mädchenarbeit, 19.-21. Juni 2000, Hohenroda. Köln.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2001): KIM-Studie 2000: Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2002): JIM-Studie 2001: Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden.
- Schmittinger, Inge (2000): Girls, Videos und bunte, fließende Bilder. Geschlechtsbewusste Medienaneignung von Mädchen. In: Förderung der Mädchenarbeit im Institut für soziale Arbeit e. V. (Hrsg.): Betrifft Mädchen, 2/2000, Mädchen und neue Medien, Münster.
- Stengelin, Christa (2000): Medialisierung und Mädchenkultur – Jungenfaszination und Mädchendistanz. In: Landesarbeitsgemeinschaft Mädchenpolitik Baden-Württemberg (Hrsg.): Rundbrief I / 2000, Mädchen und Mädchenarbeit im Multi-Media-Land, Stuttgart.

Gudrun Krefl

Medienarbeit als Chance zur Beteiligung

In diesem Beitrag wird der Frage nachgegangen, welche Beteiligungschancen Mädchen durch die Internetmedien haben. Beteiligung wird dabei in zweifacher Hinsicht verstanden: als Beteiligung am Medium selbst und als Beteiligung an Kommunikations- und Entscheidungsprozessen. Dazu werden konkrete Beispiele zum Beteiligungsverhalten von Mädchen angeführt und die Notwendigkeit für eine Förderung der Partizipation für Mädchen erläutert.

Ende 2002 wurde in Freiburg ein Internetportal von und für Jugendliche gestartet. Es wird verantwortet von der Stadt Freiburg in Zusammenarbeit mit vielen freien Trägern und Gruppen der Jugendarbeit. Die Beteiligung von Jugendlichen beim Aufbau des Portals „jump-on.de“ wurde zu einem der wichtigsten Elemente des Projekts. Allerdings: Alle engagierten jungen Leute, die sich bisher am Aufbau von „jump-on.de“ beteiligten, sind männlich. Diese Situation ist kein Einzelfall. Ist nun die Beschäftigung mit dem Internet eine Hürde oder eine Unterstützung für das Beteiligungsverhalten von Mädchen und jungen Frauen?

Renommierete MedienpädagogInnen finden auch nach mehr als einem halben Jahrzehnt noch immer eine männliche Dominanz bei der Nutzung des Internet. Anfangs Spielwiese von Studenten wird es immer noch überwiegend von gut gebildeten jungen Männern genutzt. Bereits vor einem halben Jahrzehnt wurde eine Bildungsoffensive als notwendig erachtet, um die Gefahr abzuwenden, dass die Kluft zwischen denjenigen, die Zugang zur Kommunikationstechnologie haben und diese für sich nutzen können, und denjenigen, die dies nicht können, immer größer wird. 1997 waren nur ca. 8 Prozent der Nutzer der neuen Kommunikationstechniken Mädchen. Ihr Anteil steigt, aber eine gleich hohe Zahl wie bei den Jungen ist noch längst nicht in Sicht.

Beteiligungs- und Engagementbereitschaft

Bereitschaft zum Engagement gerade bei jungen Frauen und Männern ist entgegen vielfachen Behauptungen sehr wohl vorhanden, sie ist aber heute stärker als früher an Voraussetzungen geknüpft. Es wird viel mehr darauf geachtet, wo man sich wie lange und mit welchem Nutzen engagiert. Es entstehen neben Formen regelmäßigen Engagements solche mit zeitlicher Begrenzung und/oder spezieller inhaltlicher Ausrichtung.

1996 und 1997 untersuchte der Hessische Jugendring ehrenamtliches Engagement in der Kinder- und Jugendarbeit. Er stellte fest, dass ehrenamtlich engagierte junge Frauen in den Altersgruppen bis zum Alter von 24 Jahren überwiegen. Im Gegensatz hierzu engagieren sich ab dem Alter von 24 Jahren mehr Männer als Frauen in der Kinder- und Jugendarbeit. Im Hinblick auf die durchschnittliche Dauer des Engagements gab es keine erheblichen Unterschiede zwischen jungen Männern und jungen Frauen. Differenziert nach Geschlecht wurde erkennbar, dass Frauen die externe Anerkennung und Unterstützung ihres ehrenamtlichen Engagements schlechter einschätzen als Männer. So sehen 54,1 Prozent aller weiblichen Antworten eine „mangelhafte“ Anerkennung und Unterstützung ihres Engagements, während Männer diese Einschätzung nur zu 47,8 Prozent teilen. Im Gegensatz hierzu wird eine „große“ externe Anerkennung und Unterstützung von doppelt so vielen Männern wie Frauen festgestellt (M. Nörber, 1998).

Die Frage nach dem ehrenamtlichen Engagement soll hier nur kurz als Beispiel erwähnt werden. Eindeutig ist aber festzuhalten, dass Teilhabe und Engagement weiterhin geschlechtsspezifisch geprägt sind: Mädchen und junge Frauen werden seltener zum Engagement motiviert. Wenn sie

sich beteiligen, ist dies stärker von ihrer eigenen Initiative abhängig. Junge Frauen engagieren sich seltener in Mitsprache- und politischen Entscheidungsfunktionen, und nehmen weniger Leitungsaufgaben wahr. Formen, Motive sowie Felder des Engagements zeigen geschlechtsspezifische Muster (vgl. 11. Jugendbericht der Bundesregierung, 2002). Die Vermutung, dass hinter diesen geschlechtsspezifischen Unterschieden in Engagement und Beteiligung ein geringes Interesse junger Frauen steht, wandelt sich immer mehr zu der Überzeugung, dass vorhandenes Interesse aufgrund männlich dominierter Strukturen, Rahmenbedingungen und Inhalte weniger in (klassisches) politisches Handeln und bestimmte ehrenamtliche Funktionen umgesetzt wird (vgl. Beher, 2000). Zudem haben junge Frauen gegenüber den traditionellen politischen Organisationen eine (noch) größere Distanz als männliche Altersgenossen. Der 11. Kinder- und Jugendbericht sieht hinsichtlich der Beteiligung von Mädchen noch einen erheblichen Handlungsbedarf.

Von der Haltbarkeit der Vorurteile: Mädchen und Neue Technologien

Der Kreis der Internet-Nutzerinnen ist in Deutschland noch relativ klein, das Interesse an den neuen Medien nimmt jedoch deutlich zu. Sich einen gleichberechtigten Zugang zum Netz zu verschaffen und Medienkompetenz zu erwerben, sind wichtige Schritte auf dem Weg von Mädchen und Frauen in die Welt der Online-Medien. Neuere Untersuchungsergebnisse bestätigen, dass auch heute Computer bei weiblichen Jugendlichen trotz ihres Einzugs in Alltagsleben und Privathaushalte eine geringe Rolle spielen. Mädchen gehen deutlich distanzierter als Jungen mit Video- und Computerspielen um. Doppelt soviel Jungen wie Mädchen bringen Computern im Schulalter großes Interesse entgegen.

Das Technikinteresse junger Frauen ist bereits an anderer Stelle erörtert worden. Hier soll nur darauf verwiesen werden, dass die Wahrnehmung in der öffentlichen Debatte bis heute immer noch nicht von (heimlichen) Vorurteilen frei ist. Ein Beispiel ist die Selbsteinschätzung eines europäischen Projektes. Im Juni 2001 wurde das vierjährige Projekt Girls, Ecology & Action abgeschlossen.

Die Ziele des Projekts aus der Projektdarstellung: „GEA-Net - Mädchen für ein ökologisches Europa“ ist eine deutsch-italienisch-spanisch-österreichische Initiative, die durch Erfahrungsaustausch, Informationsverbreitung und Unterstützung innovativer Projekte die Zugangsmöglichkeiten von Mädchen und jungen Frauen zu Naturwissenschaft und Technik verbessern sowie ihre Partizipation an gesellschaftlichen Entscheidungsprozessen im Bereich Umwelt und nachhaltige Entwicklung erhöhen will. Im Abschlussbericht wird von den Delegierten aller beteiligten Länder außerdem die Bedeutung konkreter Praxisprojekte hervorgehoben. Diese Praxis erbringt den sichtbaren Beweis, dass Mädchen für naturwissenschaftliche und technische Aufgaben geeignet sind und sich dafür interessieren, und dass es ausreichendes Interesse von Seiten professionell Verantwortlicher gibt, Mädchen in diesem Bereich zu fördern.“ (zitiert nach Fraueninfony, 2002) Durch geschlechtsspezifische Zuschreibungen und Stereotypen werden den Geschlechtern spezifische Beziehungen zur Technik als Teil ihrer Geschlechteridentität vermittelt. Aus diesen Denkschemata auszubrechen, ist nicht leicht. Ich vermute, dass unter den im Abschlussbericht zitierten Delegierten eine nicht unerhebliche Anzahl Frauen waren, die offensichtlich den Beweis für notwendig hielten, dass Mädchen für technische Aufgaben geeignet sind. Hier müssen im Rahmen des Gender Mainstreaming auf der politischen Ebene Vorurteile aufgedeckt und bekämpft werden.

Zweifelsohne ist eine geschlechtsspezifische Prägung beim Umgang mit Technik und beim Zugang vorhanden. Auch bei der Internetkommunikation ist eine Orientierung von Mädchen und Frauen am Nutzen und Sinn von Technologie festzustellen. Die Nutzerinnen sind anwendungsorientiert, sie fragen zumeist erst danach, was die Netze ihnen bringen, und nicht danach,

was alles unabhängig von konkreter Nützlichkeit machbar ist. Sie sind weniger von der Technik fasziniert als vielmehr von den Möglichkeiten der schnellen, vielfältigen und weltweiten Kommunikation, des gegenseitigen problemlosen Informationsaustausches und der Vernetzung. Die dezentrale und horizontale Struktur der Kommunikation spricht sie besonders an.

Für sie ist wichtig, dass sie von einer Freundin ins Netz eingeführt wurden; sie schätzen die kreativen und kommunikativen Möglichkeiten des Netzes, aber auch das Schwatzen und Klatschen. Der zusätzliche Interaktions-, Kommunikations- und Netzcharakter des Internets scheint für Mädchen auch dann attraktiv zu sein, wenn sie in ihrer Sozialisation kein besonderes Interesse an Technik entwickelt haben (vgl. Spender 1996). Dies deutet auf die hohe Bedeutung sozialer und kommunikativer Interessen für die Nutzung des Internets hin.

Partizipationsformen durch das Internet

Die verfügbaren Medien haben sich in den letzten Jahrzehnten durch technische Innovationen ständig vermehrt. Wenn eine Gesellschaft in allen Bereichen (Arbeitswelt, Bildung, Freizeit, usw.) weitgehend von Medien geprägt wird, haben Einzelne bzw. Gruppen nur eine Chance auf Berücksichtigung ihrer Interessen, wenn sie zu aktiver Partizipation mit Hilfe der verfügbaren Medien in der Lage sind. Die Fähigkeit zum Umgang mit Medien ist die Voraussetzung, um eigene Sichtweisen von Welt und Individualität, von relevanten Themen und von persönlichen Problemen mit Sprache, Bildern, Tönen, Symbolen usw. zum Ausdruck bringen zu können.

Die Standards für den Zugang zu den Informationstechnologien sind inzwischen europaweit entsprechend der Charta der Europäischen Jugendinformation (EURYICA) festgelegt und orientieren sich an folgenden Prinzipien: für alle, umfassend, objektiv, plural, anonym, kostenlos, freier Zugang, Vermittlerfunktion, qualifiziert (vgl. Schmidt 1997). Die Information im Internet ist nicht auf die Lebenswelt von Mädchen ausgerichtet, sondern orientiert sich als öffentlicher Raum an den bestehenden – vor allem ökonomischen – Mechanismen: Kommerzialisierung und Werbung aber auch Gewalt und Pornografie und nicht zuletzt die sexuelle Belästigung von Nutzerinnen sind Teil der virtuellen Welt. Eine wirksame Kontrolle ist aufgrund der Unübersichtlichkeit des weltweiten Netzes nicht möglich. Kompetenz und Eigenaktivität im Umgang mit den Informationsfluten der neuen Medien werden unter diesen Bedingungen an Bedeutung gewinnen. Für Mädchen gibt es zunehmend spezifische Angebote im Internet, die auf ihre besonderen Interessen und Bedürfnisse eingehen. Angebote, die sich speziell an Mädchen wenden, werden stark nachgefragt; ihr Interesse richtet sich vor allem auf direkte Kommunikation und Information, also einen eher nichtöffentlichen Bereich. Für den öffentlichen Bereich ist es unerlässlich, dass Mädchen und junge Frauen im Netz sichtbar werden und sich einmischen. Wenn sich junge Frauen nicht möglichst breit mit dem Geschehen und den Möglichkeiten des Internets befassen, signalisieren sich Akzeptanz des Vorhandenen mit seinen geschlechtsspezifischen Klischees und Ausgrenzungen. Dieses Signal durch Nichteinmischung entspricht sicher nicht der Haltung der jungen Frauen gegenüber diesen Aspekten der elektronischen Medien.

Eine entscheidende Frage ist, ob die neuen Kommunikationstechnologien schon allein durch ihre Existenz das Spektrum der Partizipationsmöglichkeiten erweitern, gar die Autobahn zur umfassenden Beteiligung und Mitgestaltung für Mädchen (und für Jugendliche insgesamt) sind. Nach den bisher vorliegenden Erkenntnissen können sie solche Erwartungen nicht erfüllen. Sie sind ein weiteres Hilfsmittel, das Partizipation unterstützen kann, wenn es souverän angewendet wird. Der Umgang erfordert allerdings ein erhebliches Know-how. Wenn das Wissen, wie Informationen gezielt abgefragt und gesteuert werden können, nicht erworben wird, lässt sich das Hilfsmittel nicht handhaben. Das Internet als neues umfassendes und überall verfügbares Partizipationsmedium einzusetzen im Vertrauen auf die Anziehungskraft der neuen Technik für junge Menschen, verkennt die unterschiedlichen Zugänge und Attraktivitäten. Es ist noch abhängig

vom privaten Medienbesitz, ob Mädchen (oder Jungen!) Angebote des Internets nutzen können. Die öffentlichen Zugänge sind also eine weitere Vorbedingung, und sie müssen beiden Geschlechtern gleichermaßen offen stehen. Die unterschiedlichen Zugangs- und Nutzungsformen müssen bei den öffentlich zugänglichen Internetangeboten für Jugendliche (z.B. in Jugendarbeit und Schule) berücksichtigt werden, damit Mädchen die Nutzung ebenso attraktiv finden wie Jungen.

Zusammenfassung

Ob mehr weibliche Einmischung und Beteiligung die Nutzung der Internetkommunikation tatsächlich beeinflussen kann, bleibt abzuwarten. Die Chance sollte jedoch genutzt werden, durch andere Herangehensweisen und kritische Distanz zu Technik- und Computerverherrlichung, den Mythos Technik durchschaubarer zu machen. (Auch Schreibmaschinen sind von Männern entwickelt und anfänglich nur von ihnen bedient worden.) Sowohl beim Internet als auch bei der aktiven Teilhabe an Entscheidungsprozessen geht es um die Zugangswege für Mädchen. Beides findet im öffentlichen Bereich statt, zu dem Mädchen weniger leicht Zugang finden. Die Einstellung vieler Mädchen lässt sich mit der Frage fassen: „Wie kann ich es (wozu) nutzen?“. Dies ruft eine behutsame Herangehensweise hervor, sowohl in Bezug auf die Kommunikationstechnologien, als auch auf die Angebote zum Mitgestalten und Mitentscheiden. Die Haltung vieler männlicher Interessierter: „Was kann ich damit (alles) machen?“, bewirkt ein offensives Ausprobieren. Mit dieser Herangehensweise wird der erste Schritt leicht und unbekümmert vollzogen. Es geht hier nicht darum, die verschiedenen Herangehensweisen zu bevorzugen oder zu verwerfen. Wie in vielen Bereichen ist es aber nötig, die Behutsamkeit nicht durch das offensive Vorgehen verdrängen zu lassen.

Das Internet und auch die Beteiligung an gesellschaftlichen Prozessen erfordern eine Fähigkeit, über die Mädchen in der Mehrheit deutlich besser verfügen als Jungen: Kommunikationskompetenz. Hier besteht die Chance, internetgestützte Mitsprache- und Mitgestaltungsformen für die Lebenswelt und für politische Prozesse zu entwickeln, an denen Mädchen in gleichem Maße beteiligt sind wie Jungen. Partizipation unter Nutzung der elektronischen Medien setzt an den Kompetenzen der Mädchen an. Ihre hohe Kommunikationskompetenz, ihr diesbezügliches Selbstbewusstsein und ihr Interesse sind die Basis, um Zugänge zur selbstbestimmten Nutzung und Mitgestaltung zu eröffnen.

Literatur

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Beher, K (Hrsg) (1998): Das Ehrenamt in empirischen Studien – ein sekundäranalytischer Vergleich, Stuttgart.
- Schmidt, U. (1997): Ziele, Inhalte, Aufgaben und Standards der Jugendliteratur. In: Deutscher Bundesjugendring (Hrsg.): Wege durch den Infodschungel, Münster.
- Deutscher Bundesjugendring (Hrsg.): Fraueninfonetz 1/2002.
- Nörber, M (1998): Ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der verbandlichen Kinder- und Jugendarbeit. Ergebnisse einer Befragung, in: deutsche jugend.
- Spender, D. (1996): 1. Auffahrt Cyberspace. Frauen im Internet, München.
- Deutscher Bundestag (2002): Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland - Elfter Kinder- und Jugendbericht, Drucksache 14/8181, 04.02.2002, Berlin.

Hans-Jürgen Weißer

Anforderungen und Erwartungen seitens der Wirtschaft an Aus- und Weiterbildung

Die am Prozess der Kompetenzbildung von Jugendlichen beteiligten Gruppen wie Schulen, außerschulische Einrichtungen, Betriebe und Elternhaus sind mangelhaft koordiniert, d.h. es finden zu wenig Abstimmungsprozesse oder Kooperationsprojekte statt, damit die benötigten Fähigkeiten im Ansatz entwickelt werden können. Es gilt deshalb alle am Ausbildungsprozess Beteiligten wie Schulen, Eltern, Unternehmen und außerschulische Einrichtungen stärker zu vernetzen, damit mehr kreative und praxisorientierte Ausbildungsinhalte und -angebote entstehen.

Das (künstlich) zusammengestellte Profil für die Suche nach einem/einer Auszubildenden in einer Stellenanzeige könnte folgendermaßen aussehen:

„Gestalten Sie mit uns die Zukunft – denn Sie ...

- beherrschen die deutsche Sprache in Wort und Schrift fehlerlos, sind kommunikativ auf allen Ebenen (Alltag, fachlich, Umwelt), besitzen grundlegende naturwissenschaftliche Kenntnisse, sind technisch und handwerklich begabt, verfügen über wirtschaftliche Grundkenntnisse, haben grundlegende Kenntnisse in englischer Sprache, sind vertraut mit modernen Informations- und Kommunikationstechnologien,
- sind kulturell interessiert, arbeiten gerne in einem Team, suchen ständig neue Herausforderungen, verfügen über freundliche Umgangsformen, gehen Konflikten nicht aus dem Weg, sondern versuchen sie zu lösen, sind tolerant gegenüber anderen Positionen, sofern sie nicht gegen die gesellschaftliche und demokratische Grundordnung verstoßen,
- sind zuverlässig, sind bereit sich einzubringen und sich kontinuierlich weiter zu entwickeln, verfügen über Ausdauer und Durchhaltevermögen, sind belastbar im Rahmen der betrieblichen Anforderungen, sind fähig gewissenhaft und ordentlich ihre Aufgaben zu erledigen, besitzen Verantwortungsbereitschaft und können Aufgaben selbständig angehen, sind kreativ, sportlich und flexibel, besitzen die Fähigkeit zu konstruktiver Kritik und zur Selbstkritik.“

Diese oder ähnliche Anforderungen werden heute von Unternehmen gestellt, die einen oder mehrere Ausbildungsplätze zu besetzen haben. Hat man es bei dem oben umschriebenen Profil mit der vielzitierten „eierlegenden Wollmilchsau“ zu tun, die die Unternehmen gerne in ihren Diensten hätten? Verfügen heutige SchulabgängerInnen und BerufseinsteigerInnen über derartig mannigfaltige Kompetenzen, wie sie in der von den Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg herausgegebenen Broschüre „Was wünschen sich Unternehmen von SchulabgängerInnen?“ aufgeführt werden?¹

Die These

Die Kernthese dieses Beitrags lautet: die Unternehmen äußern hier keine unrealistischen Wunschvorstellungen bezüglich des Profils ihrer zukünftigen Auszubildenden, sondern haben dies aus den gegebenen Markterfordernissen als Zielformulierung abgeleitet.² Die Wirklichkeit sieht so aus: Die am Prozess der Kompetenzbildung von Jugendlichen beteiligten Gruppen wie

¹ Die Broschüre ist bei allen Industrie- und Handelskammern Baden-Württembergs erhältlich.

² Wie in der Broschüre betont wird, geht es um eine Hilfestellung, „um zu prüfen, welche Voraussetzungen Jugendliche schon erfüllen oder wo „nachgearbeitet“ werden muss.“

Schulen, außerschulische Einrichtungen, Betriebe und Elternhaus sind mangelhaft koordiniert, d.h. es finden zu wenig Abstimmungsprozesse oder Kooperationsprojekte statt, damit die benötigten Fähigkeiten im Ansatz entwickelt werden können. Die Vorbereitung von jungen Menschen auf die Berufswelt gleicht eher einem Management by Patchwork (Praxisprojekte mit Alibicharakter) als einer systematischen und abgestimmten Ausbildung mit zukunftsfähigen Grundlagenkompetenzen.

Fachliche, Soziale und Persönliche Kompetenzen

Das Anforderungsprofil wird in der IHK-Broschüre ganz grob in drei Kompetenzbereiche unterteilt: Fachkompetenzen, Soziale Kompetenzen und Persönliche Kompetenzen. Umfangreiche Fachkompetenzen werden heute deshalb benötigt, da sich die Berufsbilder ständig den Markterfordernissen anpassen müssen und sich somit laufend verändern. Die künftigen Auszubildenden müssen eine möglichst breite Grundlage mitbringen, damit erforderliche Fachqualifikationen erworben und erweitert werden können. Das fachliche Wissen muss alle ein bis zwei Jahre erneuert oder zumindest ergänzt werden.

Unter der Sozialen Kompetenz, oft auch als „weiche Faktoren“ bezeichnet, verstehen wir heute in erster Linie kulturelle und interkulturelle Kompetenzen sowie Team- und Kommunikationsfähigkeiten. In einer zunehmend global agierenden Wirtschaft, in der die Arbeitsprozesse verteilt und spezialisiert werden, kommt diesen Fähigkeiten herausragende Bedeutung zu. Wer heute glaubt, dies trifft doch nur für das Management und den Führungsnachwuchs zu, dem empfehle ich sich Einblick zu verschaffen in die tägliche Projektarbeit von mittelständischen Industrie- und Dienstleistungsbetrieben. Die zeitgemäßen Organisations- und Arbeitsformen (flache Hierarchien, Gruppenarbeit, Projektarbeit, abteilungs- und standortübergreifende Projekte) erfordern heute von allen MitarbeiterInnen eines Unternehmens solche Kompetenzen. Die Vermittlung dieses Wissens und seine Anwendung findet im schulischen und außerschulischen Umfeld sowie im familiären Bereich, im Freundeskreis und in Unternehmen statt. Bei dieser Schlüsselkompetenz sind also alle in den Ausbildungsprozess involvierten Gruppen beteiligt.

Die Persönlichen Kompetenzen, über welche junge Auszubildende heute verfügen sollen, spiegeln vor allem die Notwendigkeit wider, dass selbständiges und verantwortungsbewusstes Arbeiten an der Tagesordnung sind. Die Herausbildung und Förderung solcher persönlicher Fähigkeiten wie Zuverlässigkeit, Kreativität, Verantwortungsbewusstsein und Leistungsbereitschaft ist eine Grundvoraussetzung für die zukunftsorientierte Partnerschaft zwischen ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen. In vielen Unternehmen wird diese Partnerschaft heute schon praktiziert, in dem den ArbeiterInnen und Angestellten ein unternehmerisches Denken und Handeln im Arbeitsalltag ermöglicht wird.

Wenn man sich dieses breite Spektrum der Erwartungen an Auszubildende anschaut, wird es schnell klar, dass alle am Ausbildungsprozess Beteiligten hier in die Verantwortung genommen werden müssen. Dies gilt vor allem für sogenannte Schlüsselkompetenzen wie soft skills (weiche Faktoren) und die vielbeschworene, aber nach wie vor unterschätzte Medienkompetenz.

Was tun?

Völlig fehl am Platz sind Schuldzuweisungen an eine oder mehrere der oben genannten Gruppen, welche die Probleme nur verdecken und konstruktiven Lösungen nicht nur im Wege stehen, sondern diese geradezu konterkarieren. Wenn die Generation der Lehrenden in schulischen und außerschulischen Einrichtungen sowie die Generation der Eltern und Führungskräfte in den Unternehmen die ihnen anvertrauten Lernenden mit den o.g. Fähigkeiten vertraut machen sollen,

so müssen sie wohl erst selbst wieder einmal die Schulbank drücken, da sie zum überwiegenden Teil weder methodisch noch didaktisch auf diese Aufgabe vorbereitet werden konnten.

Diese Schulbank dürfen sie auch nicht voneinander getrennt besuchen, sondern gemeinsam, damit die Schnittstellen für Abstimmung und Kooperation zwischen Schule, außerschulischen Einrichtungen, Eltern und Unternehmen transparent werden und Handlungsfähigkeit hergestellt wird. Alle an diesem Prozess Beteiligten müssen sich neu orientieren, müssen sich neuen Inhalten und den PartnerInnen gegenüber stärker öffnen und ihr Engagement erhöhen.

Die gerade begonnene politische Diskussion um neue Bildungsstandards im Sinne von nachhaltiger Qualitätssicherung an den Schulen und die damit verbundene mögliche Option der Ganztagschulen trifft den Kern des Problems nur dann am Rande, wenn man den Schulen die alleinige Verantwortung für die Ausbildungsziele zuschreibt. Es kommt sicherlich nicht darauf an, wie lange man in der Schule ist, sondern welche Inhalte dort vermittelt werden. Konkret muss die praxisorientierte Projektarbeit unter Beteiligung aller Akteure in allen Schultypen (Haupt-, Realschulen und Gymnasien) um ein Vielfaches gesteigert werden. Unternehmen müssen das Angebot an Praktika, Informationsveranstaltungen und Unterstützungsaktionen³ ebenso erhöhen wie außerschulische Einrichtungen (Jugendzentren, Vereine etc.) und Eltern den Kontakt und die Kooperationsbereitschaft zu den Schulen intensivieren müssen.

Schlüsselkompetenz: Medienkompetenz

Etwas anders sieht es mit der Vermittlung einer weiteren Schlüsselkompetenz, dem professionellen Umgang mit den vielfältigen Medien, aus. Hier sind in erster Linie die Schulen und die außerschulischen Einrichtungen gefragt, da sie über die technischen und organisatorischen Möglichkeiten verfügen den SchülerInnen dieses Know-how näher zu bringen. Ohne den Aufbau von Medienkompetenzen haben die BewerberInnen um Ausbildungsplätze heute keine Chance mehr auf einen attraktiven Job. Medienkompetenzen sind in allen beruflichen und privaten Lebensbereichen zu einem festen Bestandteil geworden. Kommunikation, der Erwerb und die Speicherung von Wissen oder die Beschaffung von Informationen haben in den betrieblichen Prozessen mittlerweile eine Bedeutung erhalten, die strategischen Charakter besitzt und von der daher die Existenz von Unternehmen abhängig geworden ist.

Im folgenden möchte ich auf zwei Beispiele aus dem schulischen und außerschulischen Bereich eingehen, die an den genannten Schnittstellen ansetzen und den Praxisbezug und die Kompetenzförderung zum Ziel haben.

Projekt BliK

Der gemeinnützige Verein BliK e.V. wurde 1999 gegründet. BliK steht für „Berufe Live im Klassenzimmer“ und möchte, dass jede(r) Schülerin den „richtigen“ Ausbildungsberuf und jeder Betrieb den „richtigen“ Auszubildenden bekommt. Ziele und Zweck können wie folgt zusammengefasst werden:

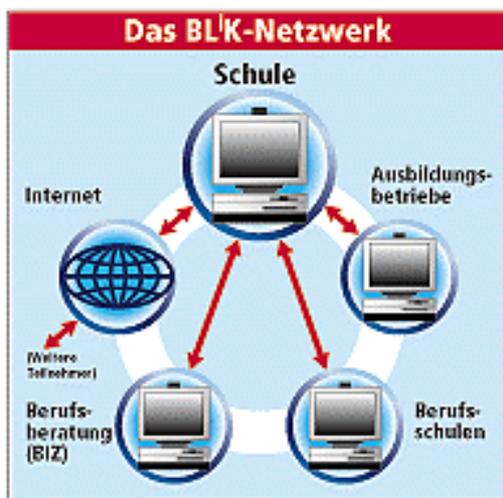
- Ziel des Vereins ist die bundesweite Förderung und Koordination von Berufsinformationen mit Hilfe moderner Kommunikationsmedien im Rahmen des Projektes „BliK – Berufe Live im Klassenzimmer“. Dabei wird zwischen allgemeinbildenden Schulen und vorrangig den Ausbildungsbetrieben der Metall- und Elektroindustrie sowie interessierten Institutionen (z.B.

³ Unter dem Motto „Wirtschaft hilft Schulen“ steht die Initiative „PC-Paten“. Im Rahmen dieses Projekts übernehmen kleine und mittlere Unternehmen der IT-Branche die Patenschaft für jeweils eine Schule, die sie circa vier Stunden in der Woche kostenlos bei der Betreuung ihrer EDV-Systeme und bei der Lösung von IT-Problemen unterstützen. Für weitere Informationen zum Projekt: <http://www.stuttgart.ihk24.de>

den Berufsinformationszentren der Arbeitsämter) mittels Multimedia- und Videokonferenztechnik ein Lernverbund hergestellt. LehrerInnen und SchülerInnen soll dabei fächerübergreifend die Möglichkeit gegeben werden, Inhalte und Gestaltung der Tätigkeit von Facharbeitern und Ingenieuren live kennen zu lernen. Dabei können die SchülerInnen die Arbeitswelt praxisnah erleben. Auf diese Weise soll erreicht werden möglichst geeigneten und gut vorbereiteten Nachwuchs für die beteiligten Unternehmen zu gewinnen.

- Der Verein soll eine Plattform für die Information und den Erfahrungsaustausch seiner Mitglieder bieten und die Mitglieder bei der didaktischen, organisatorischen und technischen Umsetzung von BliK unterstützen.

Abbildung 1: Das BliK-Netzwerk



Das Projekt setzt mit seinem Netzwerkmodell genau an der Schnittstelle zwischen Schulen und Betrieben an und möchte beiden Seiten ermöglichen, mehr Informationen über den anderen zu bekommen. Unter Zuhilfenahme moderner Kommunikationsmedien wie der Videokonferenz, eröffnen die Schulen ihren SchülerInnen so früh wie möglich den Zugang zu einem breiten Informationsangebot im Bereich Ausbildung und bieten eine grundlegende Entscheidungshilfe für die Berufswahl der jungen Menschen. Damit können die Schulklassen vom Klassenzimmer aus Kontakte herstellen, wie bei einem Bildtelefon Auszubildenden über die Schulter schauen und sich deren praktische Arbeit erklären lassen. Sie können Daten austauschen und mit den Jugendlichen im Ausbildungsbetrieb sogar in gemeinsamen Projekten arbeiten.

Hier ein Auszug aus einem Werbetext für das Projekt: „Die Unternehmen im Projekt BliK erreichen ihre potentiellen BewerberInnen von morgen. Durch eine gezielte Darstellung des Unternehmens sowie der verschiedenen Berufsbilder werden sich die AusbildungsplatzbewerberInnen gezielter und informierter bei Ihnen bewerben. Bei BliK lernen Sie ihre zukünftigen neuen Mitarbeiter kennen. Die Vision des Projekts ist ein flächendeckendes BliK-Netz in ganz Deutschland für ein optimales Angebot des Austausches. Davon profitieren alle Beteiligten, da hier über den üblichen Informationsaustausch hinaus zugleich ein Wissens- und Know-how-Erwerb mit modernsten Technologien statt findet. Und natürlich wird auch im Englischunterricht Englisch mit einer Schule in England oder Amerika gelernt - jetzt und live! Ist doch klar!“

Projekt medi@girls

Das Projekt medi@girls – Stärkung der Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen des Wissenschaftlichen Instituts des Jugendhilfswerks Freiburg e.V. setzt als außerschulische

Einrichtung genau da an, wo es derzeit im schulischen Bereich mangelt, nämlich an der Förderung der Medienkompetenz durch interessante geschlechtsspezifische Angebote und Projekte. Ohne die Kompetenz im Umgang mit neuen Medien wird es für die jungen Menschen in naher Zukunft kaum mehr möglich sein adäquate Ausbildungsberufe zu erlangen. Das Angebot des Projekts ergänzt in optimaler Weise die schulischen Anstrengungen. Durch die Fokussierung auf die Zielgruppe besonders benachteiligter Gruppen von Jugendlichen (Arbeitslose, ausländische Jugendliche und MigrantInnen) werden weitere Potentiale erschlossen, auf die eine Gesellschaft in der zunehmender Fachkräftemangel herrscht⁴, nicht verzichten kann.

Besonders hervorzuheben ist die Überzeugung und die Erkenntnis der Projektleitenden, dass es eines umfassenden Netzwerks bedarf (Kontaktaufnahme in Jugendzentren und Schulen, das Mitwirken in Arbeitskreisen), um ein solches Angebot überhaupt umsetzen zu können. So wird auch hier ständig an Schnittstellen gearbeitet, damit Berührungsängste abgebaut werden und die Beteiligten durch verstärkte Kooperationen dem zu Beginn dieses Artikels beschriebenen Ziel des kompetenten und gut vorbereiteten Auszubildenden näher kommen.

Fazit

Um die Nachfrage nach Auszubildenden mit einer guten und breiten den Markterfordernissen entsprechenden Grundqualifikation zu befriedigen, müssen auf der Angebotsseite weitaus mehr Anstrengungen gemacht werden als bisher. Es gilt alle am Ausbildungsprozess Beteiligten wie Schulen, Eltern, Unternehmen und außerschulische Einrichtungen stärker zu vernetzen, damit mehr kreative und praxisorientierte Ausbildungsinhalte und –angebote entstehen. Eine an den Zielen der eingangs beschriebenen Kompetenzentwicklungen mit fachlichen, sozialen und persönlichen Kompetenzen orientierten Projektagenda, die die verstaubten Lehrpläne wenn nicht ersetzt, so doch mit neuen lebendigen Lernerlebnissen inspiriert, könnte eine für die Lernenden völlig neue Herausforderung sein.

Literatur

IHK Reutlingen (Hrsg.) (2002): Was wünschen sich Unternehmen von SchulabgängerInnen? Reutlingen.

N.N. (2002): Beste Köpfe werden knapper. In: Badische Zeitung vom 12.11.02, Seite 9.

Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart (2003): Homepage. URL: <http://www.stuttgart.ihk24.de> (vom März 2003).

⁴ vgl. auch die Badische Zeitung vom 12.11.02, Seite 9: „Beste Köpfe werden knapper“, wo die Entwicklung auf dem Fachkräftesektor dargestellt wird.

Pia Maria Federer

Mädchen Macht Zukunft

Als Kommunalpolitikerin und Vorstandsmitglied des Jugendhilfswerks Freiburg e.V., des Trägervereins von medi@girls, ist mir persönlich die Förderung der Mädchen in allen Bereich ein besonders wichtiges Anliegen. Der Zugang und die Benutzung der Neuen Medien durch Mädchen kann aus meiner Erfahrung nur im Zusammenhang mit deren gesellschaftlichen Wirklichkeit als Mädchen betrachtet und verstanden werden. Ein Großteil der Mädchen kann sich heute eine gute Schulausbildung aneignen. Ihre schulischen Leistungen sind im Schnitt sogar besser als die der Jungen. Es studieren etwa gleiche viele junge Frauen wie junge Männer an den deutschen Universitäten und Fachhochschulen.

Eingeschränkt ist nach wie vor die Berufswahl der Mädchen. Obwohl es in den 90iger Jahren große Anstrengungen gab, Mädchen den Zugang zu den technischen und naturwissenschaftlichen Berufen schmackhafter zu machen, gibt es in diesem Bereich nach wie vor große Unterschiede im Zugang zu den neuen Medien zwischen Mädchen und Jungen. Die Gründe sind inzwischen besser untersucht und haben dazu geführt, das Mädchen heute im schulischen Bereich und in der Jugendhilfe eigenen Unterricht erhalten und eigene Projekte gestalten können. Nach wie vor dominieren bei den Mädchen mit Haupt- und Realschulabschluss die kaufmännischen Berufe, die Sozial- und Gesundheitsberufe wie Arzthelferin oder Handwerksberufe wie Friseurin. Gerade die letztgenannten Berufe bieten nur ein geringes Einkommen und wenig Aufstiegsmöglichkeiten. Für die betroffenen Frauen enden sie nicht selten in einer Sackgasse. Mädchen aus finanziell schwächer gestellten Elternhäusern und solche, die eine Hauptschule oder eine Sonderschule besuchen oder besucht haben, ist der Zugang zu den neuen Medien und der IT-Branche deutlich erschwert. Die Frauen und Mädchen, die Berufe aus der IT- und Medienbranche wählen, wählen eher die Anwendungs- und Kreativbereiche im Bereich der neuen Medien. Nicht selten spielt dabei eine Rolle, wie für diese Ausbildungsberufe geworben wird. In der Regel sind die Ausschreibungstexte sehr technisch abgefasst und sprechen Mädchen, die einen anderen Zugang zur Berufsauswahl haben nicht an. Der öffentliche Dienst in Kommunen, Land und Bund, sowie den Universitäten mit ihren Instituten kommt hier eine besondere Aufgabe zu.

Ungleichheit in der Lebensgestaltung von Mädchen und Jungen gibt es nach wie vor in der Karriereplanung, weil diese in vielen Berufen mit einem Leben mit Kindern nicht vereinbar ist. Im Gegensatz zu unseren europäischen Nachbarländern, die übrigens einen deutlich höheren Anteil an Frauen in den IT-Berufen vorweisen können, fehlen in Deutschland Betreuungsplätze für unter Dreijährige und Ganztagsplätze für Kindergarten und Schule. Die jetzige Bundesregierung unternimmt erste Schritte, um die Ganztagsbetreuungssituation für Kinder auszubauen.

Die Pubertät ist eine neuralgische Schnittstelle im Leben vieler Mädchen, weil es hier häufig zu einem Bruch ihres Selbstvertrauens kommt. In einer Zeit also, in denen wichtige Auseinandersetzungen mit der eigenen Lebensentwicklung und, was besonders wichtig ist, mit dem eigenen Körper stattfinden. Mädchen geraten in der Pubertät verstärkt unter Anpassungsdruck, die weibliche Rolle zu übernehmen. Von Bezugspersonen werden sie in ihren Entfaltungs- und Spielräumen eingeschränkt, stärker hinsichtlich ihres Freundeskreises kontrolliert, aber auch stärker mit sexueller Belästigung konfrontiert, zur Hilfe gegenüber Anderen angehalten und zur Hausarbeit aufgefordert. Jungs unterliegen in dieser Zeit kaum Kontrollenerfahrungen.

Von Chancengleichheit zwischen den Geschlechtern kann also nur bedingt gesprochen werden. Die politischen und kulturellen Grundlagen bedürfen nach wie vor der ständigen Veränderung,

um Jungen und Mädchen einen gleichberechtigten Zugang zu ihren Lebenschancen zu ermöglichen. In meiner langjährigen politischen Erfahrung ergeben sich für mich dabei folgende politische Prämissen:

Mädchen brauchen weibliche Vorbilder

Mädchen brauchen zur Entwicklung von Lebens- und Berufsperspektiven weibliche Vorbilder im gesellschaftlichen und ökonomischen Bereich. Nur so werden sie die kulturell stark wirkenden traditionellen Frauenbilder hinterfragen können und für sich selbst wählen lernen können. Ziel muss es deshalb nach wie vor sein, dass Frauen in allen Feldern der Politik, Wirtschaft, Kultur und Kirche in allen Hierarchiestufen paritätisch vertreten sind. Das erfordert allerdings gegenseitige Unterstützung. In der USA wurde vor einigen Jahren zur Förderung einer breiteren Berufsauswahl bei Mädchen von den dortigen Frauenorganisationen der sog. Töchertag initiiert. Eltern, insbesondere Mütter, nehmen ihre Töchter an einem bestimmten Tag an ihrem Arbeitsplatz mit, um den Mädchen die Breite der Berufsmöglichkeiten praktisch vor Augen zu führen und Gespräche zu ermöglichen. In der Schule werden diese Erfahrungen vor- und nachbereitet. Ziel muss es auch sein, dass öffentliche Institutionen eine Vorbildfunktion übernehmen. Wichtige Staatsämter, Repräsentationsaufgaben, Besetzung von Führungsfunktionen brauchen eine ausgewogene Besetzung der Geschlechter, wenn sie als Vorbild für die Jüngeren unter uns dienen sollen.

Gute Rahmenbedingungen

Mädchen- und Mädchenmedienarbeit können nur auf dem Hintergrund guter Rahmenbedingungen funktionieren. Das Kinder- und Jugendhilfegesetz (KJHG) bietet dabei eine gute Grundlage: In § 9 heißt es nämlich unter 3: "... die unterschiedlichen Lebenslagen von Mädchen und Jungen zu berücksichtigen, Benachteiligungen abzubauen und die Gleichberechtigung von Mädchen und Jungen zu fördern." Mädchenarbeit wird damit zur Querschnittsaufgabe in allen Feldern der Jugendhilfe. Gerade der 11. Kinder- und Jugendbericht der Bundesregierung befasst sich in der Beleuchtung von Lebenslagen und Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe intensiv mit der Geschlechtergerechtigkeit. In Freiburg haben wir zur Präzisierung für die öffentlichen und freien Trägern der Jugendhilfe „Leitlinien zur Mädchenarbeit“ entwickelt. Sie unterstützen notwendige Umdenkprozesse in der Planung und Praxis der Jugendhilfe.

Eigene Räume, wie sie schon Virginia Wolff für uns Frauen gefordert hat, sind eine notwendige Rahmenbedingung, damit Mädchen insbesondere in der sensiblen Phase der Pubertät weiterhin aktiv ihre Umwelt gestalten können. So sind dazu eigene Mädchengruppen bei der Spielplatzgestaltung ebenso notwendig, wie eigene Räume in Jugendhilfeeinrichtungen. In der Stadtplanung bedarf es immer wieder der Intervention, um für die Mädchen Platz zu schaffen z.B. durch Ball- statt Fußballplätze oder bei der Vermeidung von Angsträumen. All das ist nur mit der entsprechenden finanziellen Ausstattung zu haben. Projekte wie medi@girls können ihre Aufgabe insbesondere auch mit benachteiligten Mädchen nur mittels einer öffentlichen Förderung durch Landes- oder kommunale Mittel erfüllen.

Mädchenpolitik braucht unterstützende Netzwerke

In meiner Arbeit als Kommunalpolitikerin habe ich die Erfahrung gemacht, dass emanzipatorische Arbeit nur über eine gute Netzwerkarbeit funktionieren kann. In Freiburg beispielsweise haben sich die Stadträtinnen aller Fraktionen zusammengeschlossen, nachdem die Stadtverwaltung ein offizielles Buch der Stadt Freiburg zum Millennium herausgegeben hat, in dem in allen relevanten gesellschaftlichen Feldern (Wirtschaft, Sport, Kultur, Geschichte, Politik, Stadtentwicklung, Universität) nur die männliche Spezies ihre Zukunftsperspektiven entwickeln konnte. In Freiburg

gibt es immerhin 41 Prozent Frauen im Stadtrat und stellen damit eine mächtige Gruppe dar. Auf dieser Basis konnten wir gut verhandeln: neben der „Alibifrau“ im Millenniumsbuch zur Geschichte der Frauenbewegung, musste die Stadtverwaltung eine Arbeitsmarktkonferenz zum Thema Frauen in der Erwerbsgesellschaft unter dem Blickwinkel *Neue Technologien* ausrichten, eine open space Veranstaltung zur Lage der Frauen in Freiburg und eine Frauenkonferenz „FRAUEN MACHT ZUKUNFT“ zu den Themen, Stadtentwicklung, Kinderbetreuung und Gender Mainstreaming. In 2003 soll es besondere Aktivitäten zur feministischen Müttergeneration und der heutigen Töchtergeneration geben.

Nur zusammen sind wir stark. Jeder gemeinsame Antrag der Stadträtinnen in Freiburg setzt sich deshalb durch. Gemeinsame Anträge kommen vor allem bei Jugendhilfe- und Sozialpolitischen Themen zustande, bei Stadtentwicklungsthemen sowie bei Gender Mainstreaming. Netzwerkarbeit ist notwendig zwischen Frauen in der Verwaltung, Politikerinnen und Frauen in Wirtschaft, gerade für die Mädchen der Jugendhilfe. In vielen Städten und Kommunen haben sich in den letzten Jahren Jugendräte gebildet. Passives und Aktives Wahlrecht haben 14- bis 20- jährige. Ihr Ziel ist es, sich für die eigenen Anliegen in den Kommunalparlamenten stark zu machen. Eine Reihe dieser Listen werden z.B. quotiert erstellt und bieten dabei Mädchen und Jungs die Möglichkeit der politischen Erfahrung.

Parteilichkeit und Gender

Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit werden sich nur durchsetzen, wenn wir den Mut zur permanenten Thematisierung haben und Mut, parteilich gegenüber den Mädchen zu bleiben. All zu oft denkt man heute, dass die Gleichheit weit fortgeschritten ist. Das mag zutreffen und ist gut so. Gleichzeitig zeigt es sich in allen gesellschaftlichen Bereichen, dass die traditionellen Rollenbilder kulturell so stark verankert sind, dass sie immer wieder ihre Wirkung entfalten. Deshalb wird es weiterhin unseres geschärften Blickes benötigen, um Erworbenes zu halten und auf unserem Weg weiter zu gehen. Mir z.B. fällt auf, dass es in der Repräsentation auf Podien, Veranstaltungen, Symposien immer noch in der Mehrzahl die männlichen Vertreter sind, die unsere Lebenswirklichkeit, unsere Zukunftsvisionen und Ziele ausplaudern und definieren. Wollen wir das? Auch um der Mädchen willen bedarf es unseres Auftretens in der Öffentlichkeit. Gender Mainstreaming ist dabei in diesem Jahrzehnt das Mittel der Wahl. Anhand von Analysen zur Lebenssituation von Männern und Frauen, Mädchen und Jungen werden die Lebenswirklichkeit künftig geschlechtsspezifisch erfasst und auf dieser Grundlage politisches Handeln ausgerichtet und Gelder verteilt. Der europäische Sozialfonds ist bereits nach diesem Kriterium durchstrukturiert. Die ersten Verbände haben so kein Geld erhalten, weil sie z.B. Mädchenbelange nicht berücksichtigten. Die Bundesregierung hat sich dem Genderprinzip verpflichtet, Länder- und Kommunalparlamente sind ihr gefolgt.

Zum Wollen und Begehren

Medienkompetenz ist eine Schlüsselkompetenz. Für die Mädchen ist es deshalb essentiell wichtig, diesen virtuellen Raum mit Macht, Kreativität und Selbstbewusstsein zu besetzen und Hard- und Software entsprechend ihrem Begehren und Wollen nutzen und gestalten zu können. Nur so werden sie als Frauen von der ökonomischen Welt nicht abgekoppelt werden können.

Politisch braucht es dazu der besonderen Unterstützung:

- sei dies durch Vorbildfunktion paritätisch besetzter Jugendräte, weiblicher Politikerinnen, Unternehmerinnen oder weiblicher Führungskräfte
- sei dies durch entsprechende Sensibilität bei der Besetzung und Ausschreibung von Ausbildungsstellen mit einer weiblichen und männlichen Sprache gerade in den Medien- und IT-Berufen. Der öffentliche Dienst kann hier Vorbildfunktion einnehmen

- sei dies durch die Umsetzung des §9 des Jugendhilfegesetzes, in dem Mädchen und Jungen in ihren Bedürfnissen berücksichtigt werden sollen, Benachteiligungen abgebaut werden sollen und Gleichberechtigung gefördert werden soll
- sei dies durch ausreichende finanzielle Ausstattung spezieller Projekte in der Mädchenmedienarbeit wie z.B. das Projekt medi@girls (HYPERLINK mailto: medi@girls)
- sei dies durch den Töchtertage, an dem Mütter ihre Töchter mit an ihren Arbeitsplatz nehmen
- sei dies durch parteiliche Unterstützung der Mädchenförderung durch Politikerinnen z.B. durch Mädchen Leitlinien auf kommunaler Ebene oder Kongressen und Tagungen auf denen eine Zusammenarbeit zwischen Fachfrauen, Frauen in den Verwaltungen und Politikerinnen initiiert werden kann.

Heute gehen wir nach dem Prinzip des Gender Mainstreaming vor. Alle (jugend)politischen Aktionen gehören nach dem Genderprinzip dekliniert. Nur über Vorstöße auf vielen Ebenen gesellschaftlicher Prozesse wird sich Geschlechtergerechtigkeit durchsetzen und damit heutigen und künftigen Mädchen- und Frauengenerationen nutzen.

Übrigens nutzen nach den neusten Untersuchungen heute soviel Mädchen wie Jungen das Internet.

Literatur

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2002): Elfter Kinder- und Jugendbericht, Berlin.

Diotima (1989): Der Mensch ist Zwei, Das Denken der Geschlechterdifferenz, Wien.

Keddi, Barbara/Wittmann, Swendi (1996): Weil ich ein Mädchen bin - Die Mädchengeneration der 90er-; Pro Familie Heft Mädchen.

Kontaktstelle Frau und Beruf (2001): Frauen in Multimedia und IT-Berufen, Baden-Württemberg, Ulm.

Nissen, Ursula (2000): Kindheit, Geschlecht und Raum, Zum geschlechtsspezifischen Erwerb kulturellen Kapitals und den möglichen Folgen; in Mädchen im öffentlichen Raum, Fachtagung 25. Februar 2000.

SGB VIII, Kinder- und Jugendhilfegesetz, Ausgabe 1993.

Stadt Freiburg (2000): Frauen in der Erwerbsgesellschaft, 4. Freiburger Arbeitsmarktkonferenz 2000.

Stadt Freiburg (2002): Frauen, Macht, Zukunft, Kongressdokumentation.

Stadt Freiburg (1998): Freiburger Leitlinien zur Mädchenarbeit in der Kinder- und Jugendhilfe, Freiburg.

Woolf, Virginia (1978): Ein Zimmer für sich allein, Berlin.

Autorinnen und Autoren



Karin Eble, Diplom-Pädagogin, Medienpraktikerin und Systemische Organisations- und Unternehmensberaterin. Seit 1991 Mitarbeiterin beim Wissenschaftlichen Institut des Jugendhilfswerks Freiburg e.V. Zuständig für die Begleitforschung zum Landesleitprojekt *medi@girls*. Zusätzlich Projektleitung des Bereichs "Jugend und Rundfunk" sowie Projektentwicklung, Aufbau und Organisation der Online-Audioplattform „soundnezz.de“. Lehraufträge an der Pädagogischen Hochschule Freiburg, der Katholischen Fachhochschule für Sozialwesen in Freiburg sowie an der Technischen Fachhochschule Furtwangen in den Bereichen Medienarbeit, Gender Studies (Frauen- und Geschlechterforschung) und Projektmanagement.

E-Mail: eble@jugendhilfswerk.de



Pia Maria Federer, Industriekauffrau und Dipl. Sozialarbeiterin FH; seit 1985 psychotherapeutisch in einer Rehabilitationsklinik tätig. Politische Arbeit seit der Mädchenzeit. 1980 Eintritt bei Bündnis 90/Die Grünen; seit 1989 Mitglied im Freiburger Gemeinderat mit den Schwerpunkten Frauen-, Wirtschaft-, Sozial-, und Kulturpolitik. Mitte der 90iger Jahre in den Vorstand des Jugendhilfswerks gewählt.

E-Mail: Pia.Maria.Federer@gmx.de



Dr. phil. Maya Götz, Jg. 1967, Leiterin des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI), München. Studium an der PH Kiel, Lehramt an Grund- und Hauptschulen und der Magistra der Pädagogik. Promotion 1998 an der Gesamthochschule Kassel mit dem Dissertationstitel: *Fernsehen im Alltag von Mädchen: Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adoleszenz*. Hauptarbeitsfeld ist die Forschung im Bereich "Kinder/Jugendliche und Fernsehen". Daneben arbeitet und veröffentlicht sie im Themenbereich geschlechterspezifischer Rezeptionsforschung. Empirische Studien unter anderem Mädchenbild im Kinderfernsehen (1999), Teletubbies im Alltag von Kindern (1999), "Die Bedeutung von Daily Soaps für Kinder und Jugendliche" (2000/2001) und „Kinderfantasie und Fernsehen“ (2001/2002).

E-Mail: maya-goetz@brnet.de



Dr. Gertraud Koch hat im Fach Europäische Ethnologie mit einem wissensanthropologischen Ansatz zum Thema „Technikentstehung und -gestaltung als kultureller Prozess. Das Beispiel ‚Künstliche Intelligenz‘“ promoviert. Danach war sie als Projektleiterin in der Erwachsenenbildung für die Konzeption und Organisation von geschlechtersensitiven Bildungsmaßnahmen mit dem Schwerpunkt „Neue Medien“ verantwortlich. Weitere berufliche Stationen waren Aufbau eines Mentoringprogramms für Studentinnen an der Universität Konstanz und wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsschwerpunkt „Technology and Gender“ (TanGenS) an der Fachhochschule Furtwangen. Derzeit vertritt sie eine Professur im Studiengang „Angewandte Kommunikations- und Kulturwissenschaft“ an der Zeppelin University Friedrichshafen.

E-Mail: office@isgm-friedrichshafen.de



Ursula Knöpfle, 1953 in Stuttgart geboren. Studium der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre an der Universität Regensburg und der Freien Universität Berlin, Diplom-Kauffrau, Diplom-Volkswirtin. Seit 1985 erste kommunale Frauenbeauftragte der Stadt Freiburg und im Land Baden-Württemberg. 1999 - 2002 Bundessprecherin der Bundesarbeitsgemeinschaft kommunaler Frauenbüros.

E-Mail: Frauenbeauftragte@StadtFreiburg.de



Gudrun Kreft, Diplomsozialpädagogin, Leiterin der Abteilung Jugendförderung, Ausbildung und Beschäftigung im Sozial- und Jugendamt der Stadt Freiburg. Von 1977 bis 1992 Jugendbildungsreferentin in der Ev. Jugendarbeit im Ruhrgebiet und bei der Ev. Kirche im Rheinland mit den Schwerpunkten Bildungsarbeit mit BerufsschülerInnen und Auszubildenden, Jugendarbeitslosigkeit und Mädchenpolitik. Danach als Grundsatzreferentin des Deutschen Bundesjugendrings u.a. verantwortlich für die Schwerpunkte Partizipation, Jugendinformation, ehrenamtliches Engagement und Mädchen- und Frauenpolitik, Vorsitzende des Fachausschusses Jugend, Beruf, Bildung der Arbeitsgemeinschaft für Jugendhilfe.

E-Mail: kreftgu@stadt.freiburg.de



Ulrike Sammet, geb. 1968, Dipl.-Sportpädagogin und Sozialmanagerin, seit 2000 Referentin für Mädchenarbeit und –politik in der Geschäftsstelle der Landesarbeitsgemeinschaft Mädchenpolitik Baden-Württemberg, davor fünf Jahre hauptamtliche Mitarbeiterin im Mädchentreff e. V. Tübingen, Engagement in verschiedenen Mädchen- und Frauenprojekten in den Bereichen Fotografie, Film und Medien.
E-Mail: info@lag-maedchenpolitik-bw.de



Hans-Jürgen Weißer, geb. 1961, Dipl.-Volkswirt, seit Sommer 2000 freier Berater und Trainer, TCC Au. Freie und selbständige Tätigkeiten: Erstellung und Umsetzung von Bildungskonzeptionen für Führungskräfte der Wirtschaft aus Mittel- und Osteuropa. Trainingstätigkeit im Spezialgebiet Projektmanagement: offene Seminare Einführung und Grundlagen des Projektmanagement, Partner und zertifizierter Trainer für SimulTrain® sowie Teletutor für Web-based-Training der 21LearnLine AG, Freiburg. Entwicklung und Beratung beim Aufbau und Implementierung von innovativen Kommunikationssystemen: ISDN, Videokommunikation, Workflowmanagement mit Lotus Notes, Internet-Applikationen, Virtuelle Planspiele, Projektmanagementsimulation.
E-Mail: hweiser@traincon-com.de



Dr. Martin Welker, seit 2000 Projektleiter bei der MFG Medienentwicklung in Stuttgart und verantwortlich für die Bereiche Informationszentrum und Internationale Projekte. 2001 Promotion an der Universität Mannheim mit einer Arbeit zur Erklärung des Internet-Nutzungsverhaltens. Von 1995 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Lehrereinheit für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim. 1992 bis 2000 Nachrichten-Journalist u.a. für die Deutsche Presse Agentur, dpa. 1991 Abschluss Magister (Politische Wissenschaft/Volkswirtschaftslehre/Anglistik/Philosophie).
E-Mail: welker@mfg.de



Prof. Dr. Gabriele Winker ist Professorin für Arbeits- und Sozialwissenschaften im Fachbereich Maschinenbau und Verfahrenstechnik der FH Furtwangen. Sie ist Projektleiterin des Kompetenzzentrums „Technology and Gender in Applied Sciences“ (TanGenS) (www.tangens.fh-furtwangen.de) sowie des baden-württembergischen Netzwerks Frauen.Innovation.Technik (www.netzwerk-fit.de). Darüber hinaus engagiert sich Gabriele Winker im Beirat von medi@girls.
E-Mail: winker@fh-furtwangen.de

