

Der vorliegende Beitrag beschreibt die Lebenswelt einer Generation, die mit sozialen Medien aufwächst. Längst unterscheiden Schüler nicht mehr in eine Online- und eine Offline-realität. So wie sie sich auf Facebook und Co. inszenieren, wollen sie von ihren Freunden auch wahrgenommen werden. Besonders für Mädchen wird das Smartphone zur Nabel-

schnur in ihre schulische Kuschelgruppe. Sie machen reihenweise Selfies mit Kussmund, groß geschminkten Kulleraugen und Dekolleté, um in ihrer Clique als süß und sexy zu gelten. Anstatt die „Schuld“ bei den Medien zu suchen, gilt die Analyse den Selbstdarstellungen. Sie wirken in der Tendenz wie eine Suche nach Halt und Beachtung.

Martin Voigt

„Voll Hübsch Süße ! ♥ – Danke mein schatz du aber auch ♥ –“

Zur emotionalisierten Sozialkompetenz in online vernetzten Mädchencliquen

Einleitung: neue Möglichkeiten für die Jugendforschung

Soziale Medien wie einst schülerVZ oder heute Facebook ermöglichen erstmals einen umfassenden Einblick in die Lebenswelt Heranwachsender. Sie präsentieren Selbstbilder, Stimmungen und soziale Strukturen im Schulalltag. Eltern und Lehrer erleben die Vereinnahmung immer jüngerer Kinder durch soziale Medien. Doch es sind nicht die technischen Mittel, die eine immense Bindekraft auf Teenager ausüben, sondern die nun ständige Erreichbarkeit von Gleichaltrigen und der somit künstlich verlängerte Schulalltag. Innerhalb weniger Jahre hatten alle Schüler einen Account bei den deutschen Onlineplattformen. Ihnen war nur eine kurze Blütezeit von ca. 2007 bis 2010 beschieden, bevor Facebook den Markt absorbierte.

Besonders Mädchen sind von den neuen Möglichkeiten zur Inszenierung angetan. Bereits die ersten Onlineplattformen wie Loklisten oder Jappy waren wie ein virtueller Laufsteg über den Pausenhof. Die permanente öffentliche Vergleichbarkeit der Ich-Entwürfe, aber auch der Freundschaftsqualitäten machte die emotionale Rückversicherung in die Mädchenclique immer notwendiger. Hunderte Likes und sich überstürzende Kommentare zu einem neuen Selfie auf Facebook – „süße du bist sooo hübsch!!“ – avancierten zum Gradmesser für Beliebtheit, vor allem in den unteren Jahrgangsstufen. Inzwischen chatten Teenager über WhatsApp und teilen Bilder auf Snapchat. Die Motivation hinter der Selbstdarstellung ändert sich nicht. Hübsch aussehen und beliebt sein sind die zentralen Identitätsbausteine. Selbstbilder à la *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!* ziehen sich durch eine ganze Generation. Trifft die Pubertät auf moderne Medien oder steckt mehr dahinter?

Die Digitalisierung durchzieht die sozialen Bereiche immer engmaschiger und rund um die Uhr. Als noch nicht jedes Schulkind ein Smartphone hatte und noch Zeit übrig war, ein Onlineprofil aufwendig zu gestalten und seitenlange Liebesbotschaften in die Onlinegästebücher der Freundinnen zu schreiben, entstand in den Mädchenwelten der Kult um sexy Selfies und die allerbeste Freundin. Auf diese Phase zwischen 2005 und 2012, als man die Empirie aus den öffentlich einsehbaren Nutzeroberflächen regelrecht abschöpfen konnte, bezieht sich der folgende Artikel. Seine Grundlage ist eine soziolinguistische Phänomenbeschreibung (Voigt 2015a) und eine sich anschließende sozialpsychologische Analyse (Voigt 2015b).

Ausgangsthese: Soziale Medien spiegeln die Psychosozialität der Selbstdarsteller wider

Zugehörigkeit und Geborgenheit sind fragile Größen in den Unter- und Mittelstufen von Ganztagschulen. Beliebt und von Freundinnen umsorgt sind vor allem jene Mädchen, die über ihre Dauerpräsenz in den Onlinenetzwerken ein mädchenhaft niedliches Selbstbild perfektionieren. Als immer mehr Mädchen anfangen, ihre Freundschaftsverhältnisse im Netz öffentlich zur Schau zu stellen und mit großen Gefühlen aususchmücken, setzte das landesweit eine Welle der kitschigen Emotionalisierung von Mädchenfreundschaften frei. Im Jahr 2004 lautete ein üblicher Gruß noch „hdl, bussi und bis bald“ auf der Pinnwand der besten Freundin. Wenige Jahre später wurde er von Verabschiedungen wie „ich liebe dich < 3 allerbeste Freunde für immer & ewig“ abgelöst. Das öffentlich inszenierte soziale Ranking in den Mädchencliquen virtuell vernetzter Jahrgangsstufen hatte für einen Anpassungsdruck und ein emotionalisiertes Übertrumpfen gesorgt. Dieser Kult um die eigene Person und die von einer besten Freundin abhängigen Selbstbilder haben sexualisierte Standardisierungen hervorgebracht, deren serielle Bild- und Textmuster Auskunft über die psychosoziale Konstitution von Mädchen im Alter von 12 bis 16 Jahren geben.

Bei dem hier vorgestellten Inszenierungskonzept „Schulmädchen mit bester Freundin“ ist die Annahme grundlegend, dass soziale Medien die Dynamik in Schülergruppen verstärken und gewisse Spielarten der Selbstdarstellung erst ermöglicht haben. Die tiefere Ursache für die zu beobachtenden Aushandlungsprozesse findet sich aber nicht in der Beschaffenheit der Bühne, sondern in den Darstellern selbst. Das egozentrisch-emotionale Beziehungshandeln, einschließlich der damit verbundenen Erotisierung und Dramatisierung der Beziehungsstrukturen, resultiert u. a. aus der ganztägigen Kollektivierung altershomogener Gruppen, aber auch aus beeinträchtigten Elternbindungen in belasteten Familienverhältnissen. Ersatzweise wird die Bindung an eine beste Freundin intensiviert. Dabei geht es nicht um die schrittweise Abnabelung von den Eltern und das Antreten erwachsener Lebensformen im Schonraum einer Mädchenfreundschaft, sondern um die soziale Notwendigkeit, in den Gleichaltrigenverbänden beliebt und anerkannt zu sein. Wenn sich Kinder den ganzen Tag unter Gleichaltrigen behaupten müssen, nehmen Selbstunsicherheiten zu, unabhängig von den familiären Bindungserfahrungen, die sie mit in die Schule bringen. Sie gleiten nicht zwangsläufig in Extreme ab wie die „Kinder vom Bahnhof Zoo“, aber sexualisierte Selbstbilder und vereinnahmende Abhängigkeitsverhältnisse, die eine hohe Intensität, aber eine geringe Stabilität und Dauer kennzeichnen, sind ein Indiz dafür, dass Freundschaften unter Teenagern viel auffangen müssen. Nun resultiert nicht jede hoch-emotional inszenierte Mädchenfreundschaft aus einer geschwächten Bindung in die Familie. „Mädchen sind – und dies wurde häufig belegt – in der Tendenz stärker kommunikativ und sozial ausgerichtet als Jungen“ (Schorb u. a. 2010, S. 38 f.). Aber Mädchen, die aus innerer Unsicherheit heraus nach Anschluss und Nähe suchen, finden in symbiotischen Beziehungsstrukturen und dem Freundinnen-Kult sozial akzeptierte Muster, die ihnen Sicherheit geben. Sie übertrumpfen sich gegenseitig im Liebhaben, sie verstärken die jugendkulturellen Trends und generieren neue.

Studien wie die von Spreckels (2006) und Branner (2003) haben einzelne Mädchengruppen über einen längeren Zeitraum ethnografisch-gesprächsanalytisch im Alltagskontakt untersucht. Die hier vorgeschlagene Perspektive resultiert aus einer breiteren Materialerhebung: über 5.000 Profile, Gästebuch- und Pinnwandeinträge und Fotoalben aus unterschiedlichen Onlinenetzwerken, ca. 1.000 YouTube-Videos an eine beste Freundin aus Deutschland und z. B. Frankreich: *meilleur amie*, Dänemark: *bedste veninder* oder Portugal: *melhor amiga*, rund 1.000 Profilbilder und 500 Internetbildchen für Gästebücher und Pinnwände sowie über 100 Schülerzettelchen, Briefchen und Postkarten aus Mädchenfreundschaften.¹ Punktuelle Befragungen und Beobachtungen außerhalb der sozialen Medien ergänzen die Daten.

Social-Media-Geschichte aus Sicht der aktivsten Nutzer

Social Media fing an mit Veranstaltungsplattformen im studentischen Milieu. Als Internetanbindungen und Computer schneller und günstiger wurden, entwickelten sich aus den Flirt-Seiten soziale Netzwerke mit den persönlichen Seiten für Nutzer. 2003 und 2004 drängten die ersten Schülergruppen auf Jappy, KWICK! und Knuddels. Sie entdeckten, wer schon alles mit dabei war, wer mit wem befreundet war, und sie posteten sich gegenseitig Bilder, aber die Einträge klangen noch wie SMS-Texte: „Hey Evi! Wie gehts? Was hastn heut so gemacht? Kennst du die Gianna aus dem Kindergarten noch? Die ist auch bei Lokalisten! bussal Kathi“.

Im Laufe der Jahre 2005 bis 2007 wurde eine kritische Masse an Accounts überschritten. Die Clique, die Jahrgangsstufe, die „signifikanten anderen“ (Mead 1968) waren größtenteils online und das beliebteste Netzwerk wurde Gesprächsthema. Ende 2007 erschloss schülerVZ Schulbezirke, in denen sich noch keine elektronische Community etablieren konnte, und wurde in kurzer Zeit zum beliebtesten Netzwerk (MPFS, JIM 2008). Profile und Gästebücher konnten in Ruhe betrachtet werden, die erfolgreiche Inszenierung wurde immer relevanter, denn die Onlinenetzwerke machten den virtuellen Raum zu einem realen (Voigt 2011; Schorb u. a. 2010; Blinka/Smahel 2009). Vorteilhafte Fotos mit Motiven wie „ich inmitten meiner Freunde, ich und meine beste Freundin“, eine „coole“ Pose bei Jungen, ein hübscher Augenaufschlag bei Mädchen wurden extrem wichtig und ebenso eine volle Freundesliste und eine Pinnwand mit täglich neuen Grüßen. Es ging nicht nur darum, beim anderen Geschlecht gut anzukommen, sondern auch um messbare Zugehörigkeit und Beliebtheit.

Anmerkung:

¹ Abruflbar unter: http://www.mediensprache.net/archiv/smi/voigt_anhang.pdf

Unter Mädchen setzte ein enormer Emotionalisierungsprozess ein: Wer hat die süßeste und allerliebste Freundin? Wie sehr liebt man seine beste Freundin? Was macht eine adäquate Freundschaft aus? Mädchen bildeten für ihre Inszenierungen Seilschaften, die über das Platz-Freihalten im Schulbus oder Händchenhalten im Pausenhof hinausgingen, und evozierten dabei einen Kult um die beste Freundin und damit auch um die eigene Person. Die Ergebnisse waren landesweit vorzufinden – medial fixiert in Bild und Text:



Schatz..<3

was wir alleine nicht schaffen das schaffen wir dann zusammen..!
ich bin immer für dich da egal was ist.. du bist was ganz besonderes in meinem leben..

ich kann nicht mehr ohne dich.. weil du bist so gesagte einer der größten teile in meinem Leben..

ich geb dich um nichts in der welt mehr her.. ich werde immer bei dir sein schatz.. auch wenn

ich das manchmal nicht zeigen kann..

ich Liebe dich über alles <3

Aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa...ller beste freundiis.<3

Bild und Text aus einem öffentlich einsehbareren Onlinegästebuch

Vor den Social Media gehörte das Inszenieren von Emotionen nicht im vergleichbaren Maße zur jugendkulturellen Norm. Ob eine private SMS mit „bussi“, mit „hdl“ oder ganz ohne Gruß endete, blieb dem jeweiligen Gegenüber vorbehalten. Erst die Fixierung von Emotionen in Bild und Text und deren öffentliche Vergleichbarkeit generierten den Typus „Schulmädchen mit allerbesten Freundin“, da plötzlich unterschiedliche Freundschaftsqualitäten direkt vergleichbar wurden.

Die meisten Mädchen konnten sich dem Sog der inszenierten Gefühle nicht entziehen. Ein Foto „Wange an Wange mit der Freundin“ entsteht nebenbei – und schnell ist es hochgeladen und kommentiert: „für immer&ewig“. Aus einer lustigen Aktion wird eine Aussage im Netz, die einen großen Effekt im Umfeld erzielt, aber auch die Mädchen rückwirkend beeinflusst. Auffallend oft verweisen sie auf die soziale Rolle Mädchen und den Kontext Schule und Freundschaft, etwa wenn sie auf der Nutzeroberfläche das Angabefeld „Beruf“ ausfüllen:

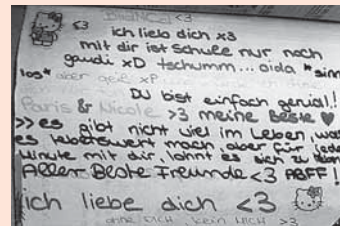
daddys mädchen · schulbaankwärmeriin · Aller Bestee Freeundin sein · Hand In Hand mit ihr · abff sein · Sis-Abf-Ehefrau · Liindaas Ehefrau ;) & Schülerin · schüleriin · schulmädchen · Schulmädchen.

Die Konnotation der Selbstzuschreibung „Schulmädchen“ erfasst den Typus der vernetzten 12- bis 16-jährigen Schülerinnen: mädchenhafte Niedlichkeit kombiniert mit einer eher spielerisch entdeckten Erotik:

und ich muss sagen.. trotzdem die bilder so scheiße geworden sind und total verschwommen sind, sind doch 2 gute bilder rausgekommen (:ach wir können ja so süß sein wenn wir wollen so ganz lieb und unschuldig. und dann kommen unsere hörner zum vorschein ne aber die sin echt süß (:

Aus dem Gästebucheintrag einer 15-Jährigen, Landkreis Freising (2009)

Über Sprache und Bilder suggerieren die Mädchen ein Bindungsniveau, das sie im Alltag kaum mehr unterschreiten können. Der Kult wird gelebt und er moderiert sämtliche Interaktionsbereiche. Demonstratives Trösten, Umarmen, Schoßsitzen und Händchenhalten wird zum Normalverhalten. Und die Phrase „ich liebe dich“ unter Freundinnen war im Jahr 2000 noch ungewöhnlich – wenige Jahre später gehört sie zum Repertoire, sogar auf Postkarten und Zettelchen:



Liebesbeweis einer 14-Jährigen für ihre beste Freundin Bianca (2009)

Die hohe Netzaktivität der Mädchen und ihre Affinität zu den emotionalen Inhalten des Kults begünstigen eine zügige Sozialisierung. Vermutlich liegt sogar ein höherer Grad an Verinnerlichung als an bewusster Inszenierung vor. Eher intuitiv adaptieren sie Standardisierungen als jugendkulturelle Vorlage für Mädchenfreundschaften:

schaadz ich bin immer für dich da immer
ich wil dich nie verlieren da würde ne welt füe mich untergehen
) : wen duh party nich kommst dan will ich garned feiern
ich liebe dich so viel duh bist die allerbeste <3
ich liebe dich main kleiner teufel :DD

enqeel (: du bist echt soo wunderhübsch ! voll tool ! <3
schaadz ich brauchee dich soo seehr .. ! ohne dich geehts nich mehr (: schoon mehr als 2 jahree puups .. wir macheen echt die geilstee scheiße .. ! : * D echt immer soo toll mit dir ! ; * ich bin soo scheiße froh das ich dich haab hasi <3 ich liebe dich soo sehr schwesti (: <3 meinee hübschee 😊

»Gefühlsbetontes Beziehungshandeln, neue Selfies und kleine Dramen in Mädchencliquen prägen die tägliche Interaktion. Das angepasste Mitmachen ist kein Freizeitvergnügen, sondern soziale Notwendigkeit.«

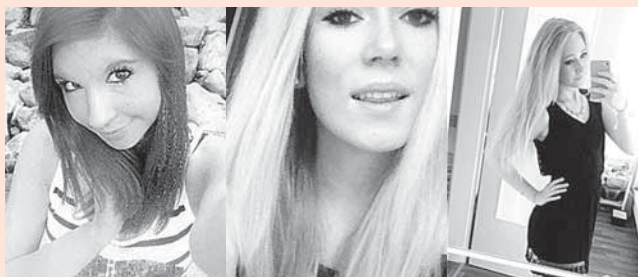
schatz..ich liebe dich so sehr, mehr als alles andere auf der welt..
 du bist mein ein und alles,
 und ich will dich niiie wieder verlieren, kein einziger kann uns
 mehr trennen..
 ich wüsste nicht, was ich noch ohne dich machen sollte..
 du bist einfach mein leben schatz..und das für immer und ewig..
 nur du und ich bis in die ewigkeit..
 ich liebe dich über alles mein schatz...ich liebe dich so sehr..
 einfach unendlich viel
 und des für immer..ohne dich wüsst ich nicht mehr, wies in meim
 leben noch weiter gehn sollte..ich brauche dich einfach viel zu
 sehr..
 und das für immer und ewig.des war sou schön mit dir, wie wir
 telefoniert haben x)
 müssen wir unbedingt wida machen (: freu mich schon sou drauf
 megafreu
 ich will dich niiie wieder verlieren, und trennen kann uns ja
 eh keiner, schatzi :)ich liebe dich so sehr schatz..
 nur du und ich bis in die ewigkeit

Gästebucheinträge aus der Onlinecommunity fs-location,
Freising (2009)

Zwischen Selfie-Wahn und Ganztagschule: große Gefühle – tiefe Unsicherheit

Gefühlsbetontes Beziehungshandeln, neue Selfies und kleine Dramen in Mädchencliquen prägen die tägliche Interaktion. Das angepasste Mitmachen ist kein Freizeitvergnügen, sondern soziale Notwendigkeit. Der Konformitätsdruck ist hoch, ohne dass dies jedoch so empfunden würde.

Es geht darum, von der Clique bewundert zu werden und mit den besten Freundinnen zu chatten und zu lästern. Selbstdarstellung und Beziehungsarbeit laufen Hand in Hand. Auch der männliche Blick auf Mädchen ist im Entstehungsmoment der Selfies mit angelegt, nicht zuletzt deswegen, weil eine beste Freundin, die nach männlichen Maßstäben attraktiv ist, auch im Ansehen der Mädchen steigt (Flaake 1990). Das oft aktualisierte Profilfoto wird zum Anlass, den Kontaktlevel in der Clique hoch zu halten, denn sofort liken und kommentieren die Freunde das Bild. Nur wer agiert, wird auch bemerkt, gleichzeitig dient die geringe Halbwertszeit der Selfies dazu, regelmäßig die Beliebtheit in der Clique auszuloten. Je mehr Mädchen sich gegenseitig ihre Bilder kommentieren, umso eindrucksvoller wird die Liste der Kommentare:



Beispiel Connie

Mädchen 1: oh mein gott *o*
 Mädchen 2: Wunderschööön :) *o*
 Connie: danke !! ;* ♥
 Mädchen 3: wunderschön ♥
 Mädchen 4: boooooah connie hör mal auf so schön zu sein!! :o ♥
 Connie: danke :)
 Mädchen 5: Ja ich habs gut hinbekommen das foto :DD ♥!
 Connie: psscht geheimnis :p
 Mädchen 5: schee bisd < 3
 Mädchen 6: model!
 Connie: pff, selber :)

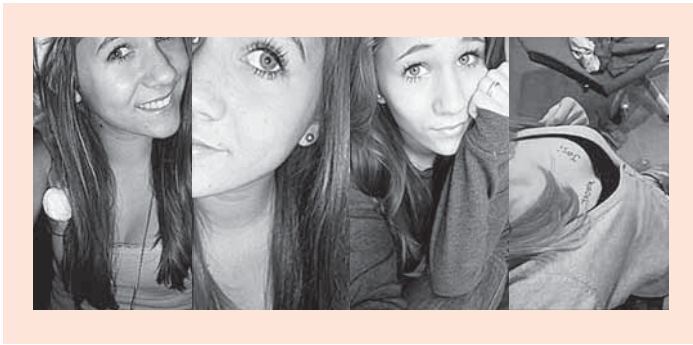
Beispiel Sandra

Mädchen 1: Voll Hübsch Süße ! ♥
 Sandra: Danke mein schatz du aber auch ♥ ich vermisse dich
 Mädchen 1: aaai süß danke / Jcch dich auch :/ ♥
 Mädchen 2: Voll Hüpsch (: ♥
 Sandra: Dankeschöön (: ♥
 Mädchen 3: woow. süße des ist wunderschön
 Mädchen 4: Weil du einfach die Wunderhübscheste Zwillingsschwester bist die ich habe ♥♥
 Mädchen 5: Oiidaa du bist soou hübsch :O ♥♥♥ krass :)
 Sandra: Danke das sagt die richtige :P ♥♥
 Mädchen 5: Muui du bist süß!!! :) ♥♥

Selfies und Kommentare, Facebook (2012)

Die Muster des Kults bieten Orientierung und symbolisieren Zugehörigkeit wie in früheren Jugendkulturen auch. Doch in dem Maße, wie Mädchenfreundschaften seit etwa 2007 in eine Gleichaltrigenkultur eingebettet werden, reduziert sich die individuelle Komponente der Beziehungsarbeit, wie es vermutlich für keine Generation vor den Social Media der Fall gewesen ist. Die emotionale Sprache, mit der die Mädchen online konfrontiert werden und die sie übernehmen, bleibt nicht ohne autosuggestive Wirkung. Die Verinnerlichung emotionaler Interaktionsmuster dringt tief. Eine Umarmung fühlt sich intensiv an, gerade wenn sie unter den Augen der Klassenkameraden erfolgt oder als Foto dauerhaft sichtbar ist, weil zusätzlich zur körperlichen Nähe der Intimitätsbeweis auch vor Zeugen und damit auf kultureller Ebene vollzogen wird. Und ein „ich liebe dich, ich vermisse dich und ich bin immer für dich da“ im Gästebuch lässt sich trotz Abnutzungseffekten nicht gänzlich auf eine Nettigkeit reduzieren. Viele Mädchen sind von der neuen Emotionalität fasziniert und verinnerlichen nach einer Adaptionsphase die Rolle „süßes Mädchen mit Freundin“. Was inszeniert wirkt, sind durchaus authentische Selbstbilder. Auf Facebook, das ab 2010 sämtliche Onlinenetzwerke vom Markt verdrängte, verlagerte sich die Selbstdarstellung und Beziehungsarbeit in die Kommentare zu den Selfies. Schüchternen Flirt und süße Unschuld in koketter Personalunion sind das vorherrschende Motiv. Mimisch überwiegt das Kindchenschema mit großen

Kulleraugen, verstärkt durch die Fotoperspektive. Was oft ein wenig überzeichnet wirkt, wird vom scheinbar zufälligen Dekolleté noch deutlicher in Frage gestellt.



Profilfotos auf Facebook (2011)

Fazit

Die narzisstisch geprägte, exzessive Netzpräsenz ihrer Töchter besorgt viele Eltern. Während im Jahr 2006 eine 13-Jährige noch ihr Zimmer mit Postern von den Sugababes oder Rihanna ausstaffiert und die Stylingtipps der „Bravo“ ausprobiert (vgl. Wegener 2008), wird wenige Jahre später aus manch einem Kinderzimmer ein provisorisches Fotostudio mit Internetanschluss, von dem aus beste Freundinnen ihre Jahrgangsstufe mit Fotostrecken versorgen. Es wird gewagt, was die Mode bietet, und zu jedem neuen Foto mit Poser-Ausschnitt trudeln im Sekundentakt bewundernde Kommentare ein. Das Ergebnis solcher Shootings kann Eltern durchaus entsetzen (vgl. Walter 2010). Das Lebensgefühl zwischen „ganz lieb und unschuldig“ und „sexy princess“ spiegelt sich auch im „Playboy“-Symbol wider, das es für Teeny-Mädchen als Kettenanhänger, Poster, Parfüm, auf Bett- und Schulzeug zu kaufen gibt (Ringrose 2010). Den Mädchen ist bekannt, dass die Marke für das Männermagazin steht. Einige 14- oder 15-Jährige positionieren ihren Kettenanhänger dementsprechend, doch für viele jüngere Mädchen symbolisiert das Häschen ihr spannendes, noch wenig zielgerichtetes Spiel mit der eigenen Wirkung.



Profilfotos 12- bis 13-Jähriger mit Häschenohren aus fs-location (2009)

Sexualisierte Schönheitsideale und der Zwang, ständig online sein zu müssen, sind keine Begleiterscheinung der neuen Medien. Auch der Sammelbegriff „Pubertät“ kann nicht für alles herhalten, was unbequeme Fragen aufwirft. Kinder, die von klein auf in Ganztageseinrichtungen wegorganisiert werden, sozialisieren sich zunehmend unter Gleichaltrigen und bilden ihr Wertefundament entsprechend aus. Doch eine ausgereifte Identität braucht im Gegensatz zur oberflächlichen Scheinselbstständigkeit starke vertikale Wurzeln.

Literatur:

Blinka, L./Smahel, D.: *Fourteen is fourteen and a girl is a girl: validating the identity of adolescent bloggers.* In: *CyberPsychology & Behavior*, 6/2009, S. 735 – 739

Branner, R.: *Scherzkommunikation unter Mädchen. Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung.* Frankfurt am Main 2003

Flaake, K.: *Erst der männliche Blick macht attraktiv.* In: *Psychologie heute*, 12/1990, S. 48 – 53

Mead, G. H.: *Mind, Self, and Society* (Charles W. Morris [Hrsg.]). Chicago 1934 [Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. Frankfurt am Main 1968]

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (Hrsg.): *JIM-Studien 2008 – 2011. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudien zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.* Abrufbar unter: <http://www.mpfs.de>

Ringrose, J.: *Sluts, whores, fat slags and playboy bunnies: Teen girls' negotiations of 'sexy' on social networking sites and at school.* In: C. Jackson/ C. Paechter/E. Renold (Hrsg.): *Girls and education.* Maidenhead/Berkshire 2010, S. 170 – 182

Schorb, B. u. a.: *Medienkonvergenz Monitoring. Soziale Online-Netzwerke-Report.* Leipzig 2010. Abrufbar unter: http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf

Spreckels, J.: *Britneys, Fritten, Gangschta und wir: Identitätskonstitution in einer Mädchengruppe. Eine ethnographisch-gesprächsanalytische Untersuchung.* Frankfurt am Main 2006

Voigt, M.: *Mädchenfreundschaften unter dem Einfluss von Social Media. Eine soziolinguistische Untersuchung.* Frankfurt am Main 2015a

Voigt, M.: *Mädchen im Netz. Süß, sexy, immer online.* Berlin/Heidelberg 2015b

Voigt, M.: *Soziolinguistische Studie zur Beziehungsarbeit und Identitätskonstruktion in Mädchenfreundschaften (Networx 61).* Hannover/ München 2011

Walter, N.: *Living Dolls. Warum junge Frauen heute lieber schön als schlau sein wollen.* Frankfurt am Main 2010

Wegener, C.: *Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans.* Wiesbaden 2008

Dr. Martin Voigt promovierte an der Ludwig-Maximilians-Universität München mit einer Arbeit über „Mädchenfreundschaften unter dem Einfluss von Social Media“ und betreute für die Bundespolizei das Präventionsprojekt „Selfies im Gleisbett“.



- Seite 4 ff. **Abbildungsnachweis:**
Hoffnungen und Enttäuschungen
Zud, Ottaal, Royahaye Dame Sobh, Es esmu šeit, Las plantas:
Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
- Seite 9 ff. **Schöne fremde Welt**
Tagungsimpressionen: Stefan Piasecki
- Seite 15 **„Die Akzeptanz ist großartig.“**
Reed Hastings: Jörg Wagner
- Seite 16 **Filmfreigaben im Vergleich**
13 Hours: The Secret Soldiers of Benghazi: Paramount Pictures Germany GmbH
Anomalisa: Paramount Pictures Germany GmbH
Batman v Superman: Dawn of Justice: © 2016 Warner Bros. Ent.
The Danish Girl: Universal Pictures International Germany GmbH
Deadpool: © 2016 Twentieth Century Fox
Hail, Caesar!: Universal Pictures International Germany GmbH
The Hateful 8: Universum Film GmbH
Kung Fu Panda 3: © 2016 Twentieth Century Fox
The Revenant – Der Rückkehrer: © 2016 Twentieth Century Fox
Raum: Universal Pictures International Germany GmbH
Spotlight: Paramount Pictures Germany GmbH
Star Wars: Das Erwachen der Macht: Walt Disney Studios Motion Pictures Germany
- Seite 23 ff. **Märchen und moderne Actionfilme**
John Wick: Studiocanal Filmverleih
- Seite 26 **Titel**
Sandra Hermannsen
- Seite 33 **Das Grauen der Nachrichten und die Sehnsucht nach dem Positiven**
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Je_suis_Charlie.svg
Joachim Roncin's tweet (WebCite)
- Seite 36 **„Wir sind davon überzeugt, dass konstruktiver Journalismus vieles besser macht!“**
Dr. Bernhard Eickenberg: Marvin Kronsbein
- Seite 49 ff. **Das Prinzip Hoffnung im deutschen Kinderfilm**
Rettet Raffil: © Copyright Genia Karasek/Verleih: MFA+ FilmDistribution e.K
Kauwboy: © Daniël Bouquet/Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
Stella: © Moritz Schultheiß/Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
La casa más grande del mundo: Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
Ottaal: Berlinale, Internationale Filmfestspiele Berlin
- Seite 56 **Das Porträt: Frank Schwab**
Prof. Dr. Frank Schwab: privat
- Seite 61 **Hilfestellung für Jugendschutzprogramme**
Dr. Rolf Bardeli: FSF
- Seite 66 **Girls don't play games**
Pong: ZDF/Janett Kartelmeyer
- Seite 71 **Unter Ausschluss der Öffentlichkeit**
Fack ju Göthe 2: Constantin Film Verleih GmbH
- Seite 73 **Den Schaden begrenzen, den Nutzen mehren**
Alfred Holighaus: SPIO
- Seite 81 ff. **Die Geburt der Serie**
Tatort: Im Schmerz geboren: HR/Philip Sichler
Spiel mir das Lied vom Tod: DIF
Breaking Bad: Sony Pictures Home Entertainment
Morgen hör ich auf: ZDF/Mathias Bothor 2015
Nashville: obs/Fox/Katherine Bomboy Thornton
- Seite 88 ff. **Voll Hübsch Süße ! – Danke mein schatz du aber auch –**
Screenshots: Martin Voigt
- Seite 93 **Von Traumschiff bis Tatort**
Jürgen Werner: privat



Ausgewählte Beiträge finden Sie auch in unserem Podcast:
fsf.de/publikationen/podcasts

Impressum:

tv diskurs

Verantwortung in audiovisuellen Medien wird herausgegeben von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)
Am Karlsbad 11
10785 Berlin
Tel.: 0 30 / 23 08 36-0
Fax: 0 30 / 23 08 36-70
E-Mail: tvdiskurs@fsf.de
www.fsf.de

Bezugspreis:

Einzelheft: 24,00 Euro
(inkl. MwSt. und Versandkosten innerhalb Deutschlands)
ISSN 1433-9439
ISBN 978-3-86764-706-9
Zu beziehen über die
UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstraße 24
78462 Konstanz
Tel.: 0 75 31 / 90 53 0
Fax: 0 75 31 / 90 53 98
E-Mail: willkommen@uvk.de
www.uvk.de

Bei Änderung Ihrer Bezugsadresse senden Sie bitte eine E-Mail an tvdiskurs@fsf.de.

Chefredaktion:

Prof. Joachim von Gottberg
(V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Karin Dirks
Camilla Graubner
Prof. Dr. Lothar Mikos (Literatur)
Simone Neteler
Anke Soergel (Recht)
Barbara Weinert
Unter Mitarbeit von:
Christian Kitter

Gestaltung:

Alexandra Zöllner, Berlin

Druck:

BVD Druck + Verlag AG
Schaan, Liechtenstein
www.bvd.li

Gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier.

Autoren dieser Ausgabe:

Hon.-Prof. Dr. Werner C. Barg
Susanne Bergmann
Dr. Uwe Breitenborn
Tabea Dunemann
Barbara Felsmann
Klaus-Dieter Felsmann
Prof. Dr. Beate Flath
Tilman P. Gangloff
Dr. Michael Gestmann
Dr. Alexander Grau
Nana Grote
Prof. Dr. Gerd Hallenberger
Jan Hellriegel
Prof. Dr. Thomas Hestermann
Prof. Dr. Tobias Hochscherf
Dr. Jesko Jockenhövel
Nina Kiel
Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler
Vera Linß
Melanie Pfeifer M. A.
Prof. Dr. Stefan Piasecki
Thomas Prescher
Prof. Dr. Clemens Schwender
Georg Seeßlen
Claudia Töpfer
Dr. Martin Voigt
Christine Watty

Wir danken Dr. Rolf Bardeli, Dr. Bernhard Eickenberg, Reed Hastings, Alfred Holighaus und Jürgen Werner für ihre Gesprächsbereitschaft.