

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Wirtschaft und Soziales
Department Soziale Arbeit
Studiengang Soziale Arbeit

Der mediale Kontext von Datingshows

Wie beeinflussen (traditionelle) Geschlechterstereotype Gesellschaft und Medien?
Wieso ist die mediale Darstellung im Kontext des Reality-TV problematisch?

Bachelor-Thesis

Tag der Abgabe: 12.03.2024

vorgelegt von: Hanna Kraft

████████████████████

██

Betreuende Prüferin: Prof. Dr. Bettina Radeiski

Betreuender Prüfer: Prof. Dr. Peter Anton Tiedeke

Inhalt

1. Einleitung	1
1.1. Relevanz und Zielsetzung der Arbeit.....	1
1.2 Vorgehensweise in der Arbeit	3
2. Theoretischer Rahmen und Forschungsstand	4
2.1. Geschlechterstereotype – Definitionen, ontogenetischer Erwerb und gesellschaftliche Auswirkungen von Geschlechterstereotypen	4
2.2. Sexismus.....	9
2.3. Geschlechterkritische Studien in der Medien- und Kommunikationsforschung.....	13
2.3.1. Grundlagenstudien und Debatten	13
2.3.2. Gendersensible Medienrezeptionsforschung	16
2.3.3. Stereotypen in den Medien: Gesellschaftliche Schönheitsideale	18
3. Methodische Vorgehensweise.....	20
3.1. Auswahl von Datingshows als Teil des Reality TV (Faszination Reality TV)	20
3.2. Chancen und Herausforderungen der feministischen Medienanalyse.....	22
3.3. Qualitative Inhaltsanalyse zu vorherrschenden Bildern und Vorstellungen	24
4. Interpretation der Ergebnisse	27
4.1. „Are You the One“	27
4.1.1. Format und Rezeption	27
4.1.2. Vorherrschende Stereotype und Bewertung	29
4.1.3. Vorstellungen und Sexismus	31
4.2. Temptation Island	32
4.2.1. Format und Rezeption	33
4.2.2. Vorherrschende Stereotype und Bewertung	35
4.2.3. Vorstellungen und Sexismus	37
5. Anregungen für ein medienpädagogisches Praxisprojekt gegen Geschlechterstereotype und Sexismus.....	40
5.1. Medienpädagogik Definition und Aufgaben.....	40
5.2. Voraussetzung und Idee für ein Praxisprojekt zum Thema Medienkompetenz	42
6. Fazit und Ausblick.....	45
7. Literaturverzeichnis	49
Eidesstattliche Erklärung	55

1. Einleitung¹

1.1. Relevanz und Zielsetzung der Arbeit

[...] ich hab immer ´n paar Freundschaft plus, Frauen die ich immer rufen kann, sobald ich Bock hab [...] (Are You the One, 2023, 15:19-15-23)

[...] Ich erobere sehr gerne [...] das ist auch das Problem, wenn ich´s dann geschafft hab, hab ich es geschafft, dann ist es vorbei, jetzt hab ich so mein Ziel erreicht, das war mein Spaß und dann ghoste ich halt die Frauen [...] (Are You the One 2023, 20:00-20:07)

[...] Jessica, Geld direkt in Lippen gewandert [...] Eine die hat ihr Geld auf jeden Fall „sinnvoll“ investiert, Isabelle direkt in neue Brüste wie ich unschwer erkennen kann [...] (Are You the One 2021, 05:49-06:02)

Diese Zitate entstammen aus deutschen Reality-Formaten, umgangssprachlich Trash-TV genannt und sind beispielhafte Darstellungen medialer Inszenierungen weiblicher* und männlicher* Rollenbilder.

Dating-Shows als Subkategorie des Reality-TV erfreuen sich seit Dekaden einer großen medialen Beliebtheit. Formate wie beispielhaft „First Dates“ des Privatsenders VOX erreichten im Jahr 2023 den besten Jahresschnitt seit Ausstrahlungsbeginn in 2018 mit einem Marktanteil von 6,4 Prozent (vgl. RTL Media 2023, o.S.). Im Jahr 2023 konnte die RTL-Gruppe über 30 Dating-Formate im eigenen Programm verzeichnen (vgl. rnd, 2023 o.S.) Die Gründe der Popularität beziehen sich einerseits auf den hohen Unterhaltungswert der Formate und andererseits auf die Nähe zur eigenen Lebensrealität der Konsument*innen, welche eine starke Möglichkeit zur Identifikation mit den Kandidat*innen bieten (vgl. Bleicher, 2020, 1032). Insbesondere Dating-Formate setzen dabei nach wie vor auf gesamtheitliche Vorstellungen geltender Normen und Werte bezüglich geschlechtlicher Unterschiede und reproduzieren diese in einer besonders Aufmerksamkeit bringenden Art und Weise. Leonie Miß beschreibt diese Inszenierung anhand der Dating-Show „der Bachelor“:

„[...] Ein klischee-isiertes Frauenbild, ohne das auch die Kuppel-Show „Der Bachelor“ offenbar nicht auskommen will. 20 Frauen, die um einen Mann buhlen. Dazu Lästereien und die ständig perfekt sitzende Frisur. Dreht man den Spieß um – 20 Männer und eine Frau bei der Bachelorette – werden oftmals die Männer kritisch: Die Frau ist zu alt, sie hat schon ein Kind oder sie ist zu extrovertiert [...] Das von diesen Formaten suggerierte

¹ Da die BA-Thesis eine feministische Perspektive einnimmt, beziehe ich mich hier und im ganzheitlichen Verlauf der BA-Thesis auf das weibliche Zielpublikum und Frauen* im wissenschaftlichen Diskurs

Frauen- sowie Männerbild wirkt aus der Zeit gefallen, die Kritik daran nicht neu.“ (Miß 2023, o.S.).

Obwohl der gegenwärtige Diskurs dazu tendiert die Gleichberechtigung in großen Teilen als gegeben zu verstehen und der Prozess in den letzten Jahren im Zuge der Sozialisierung und einer breiteren Aufklärung der öffentlichen Meinung große Fortschritte machen konnte, nutzen mediale Kontexte kognitive Schemata bestehender Geschlechterrollen nach wie vor und etablieren damit Wertevorstellung, die mit dem eigenen Normativ verglichen werden können (vgl. rnd 2023, o.S.).

In wissenschaftlichen Disziplinen wie der kulturellen Geschlechterforschung, der feministischen Forschung aber auch der Medien- und Kommunikationswissenschaft ist die Relevanz der medialen Inszenierung geschlechtlicher Stereotype, aufgrund der Diskrepanz in der Darstellung von Frauen* und Männern* anhand geschlechtsbasierter Merkmale und Verhaltensweisen, nach wie vor gegeben. Hier orientiert sich der Forschungsstand anhand des demografischen Wandels und den damit verbundenen Fortschritten entlang forschungsrelevanter Darlegungen bezüglich geschlechtlicher Ungleichheiten innerhalb der medialen Darstellung und den Gründen dieser. Dabei nehmen die wissenschaftlichen Disziplinen eine kritische Perspektive ein und stützen ihre theoretischen Ansätze auf gesamtgesellschaftliche Strukturen, die eine historisch-patriarchalische Komponente aufweisen.

Die vorliegende Bachelor-Thesis ergründet die aktuellen wissenschaftlichen Forschungsthemen bezüglich geschlechtlicher Stereotypen und deren Auswirkung anhand medialer Darstellung von Formaten, die in ihrer ganzheitlichen Darstellung ebendiese als unterhaltendes Mittel nutzen und entlang einer inszenatorischen Fokussierung möglicherweise Gefahr laufen diese patriarchalisch-geprägten Werte- und Normvorstellungen medienwirksam zu reproduzieren. Die Thematik weist aufgrund der anhaltenden öffentlichen Debatte rund um geschlechtliche Unterschiede und deren gesamtheitlichen Auswirkungen, die in allen Gesellschaftsschichten vorliegt, eine hohe Relevanz als diskursiv zu beleuchtendem gesamtgesellschaftlichem Phänomen auf. Mit diesen gegenwärtigen Gegebenheiten der geschlechterbasierten Forschung, den zukünftigen Möglichkeiten im Zuge der Digitalisierung und der damit verbundenen aktiven und passiven Nutzung neuer Medieninhalte durch Nutzer*innen und Akteur*innen, bietet sich hier die Gelegenheit der Analytik eines drängenden strukturell-historisch geprägtem Diskurs, der in der Gegenwart deutlicher denn je in seiner Dringlichkeit scheint, denn je. Demnach stellt sich die Frage wie traditionelle Geschlechterstereotypen Gesellschaft und Medien

beeinflussen und warum diese mediale Darstellung der Geschlechterstereotypen im Reality-TV problematisch ist. Diesen Fragen ist im Folgenden nachzugehen.

1.2 Vorgehensweise in der Arbeit

Die Bachelor-Thesis umfasst insgesamt sechs Kapitel, die die oben genannten Forschungsfragen und die Relevanz des Themas aufgreifen und diskutieren.

In der Einleitung wird in das zu betrachtende Thema eingeführt und die Relevanz der Arbeit herausgestellt. Dabei werden wissenschaftliche Faktoren, als auch beispielhafte Benennungen vorgestellt.

Im zweiten Kapitel werden der theoretische Rahmen und der gegenwärtige Forschungsstand der Arbeit gesetzt. Zunächst muss hier eine Definition der Geschlechterstereotype erfolgen, die einen Überblick zur grundlegenden Thematik erlaubt. Dabei gibt es auch einen Ausblick auf den ontogenetischen Erwerb geschlechtlicher Stereotypen und die folgenden gesellschaftlichen Auswirkungen aufgrund der Geschlechterrollen und deren Rezeption. Das Thema Sexismus, welches in Korrelation zu Geschlechterstereotypen gesetzt wird, wird danach betrachtet und definiert. Zudem wird der Sexismus in Zusammenhang mit Machtverhältnissen und den Auswirkungen derer gesetzt. Weiterhin gibt es eine Einführung in geschlechterkritische Studien der Medien- und Kommunikationsforschung, wobei besonders Grundlagenstudien und Debatten betrachtet werden. In der gendersensiblen Rezeptionsforschung wird außerdem analysiert, wieso Nutzer*innen Medien konsumieren. In der Konsequenz werden noch Stereotype in den Medien anhand des Beispiels der gesellschaftlichen Schönheitsideale aufgezeigt.

Das dritte Kapitel beschreibt die methodische Vorgehensweise der Bachelor-Thesis. Hier wird für den kontextuellen Rahmen die Auswahl von Datingshows als Teil des Reality-TVs begründet und gleichzeitig die Formatkategorie und dessen Popularität erklärt. Die Herausforderungen und Chancen der feministischen Medienanalyse bieten ein Potential zum breiteren Verständnis des Forschungsstandes und geben Aufschluss über Handlungsmöglichkeiten. Die folgende Definition einer qualitativen Inhaltsanalyse mit einem Beispiel medialer Inszenierung bereitet auf die Interpretation der Ergebnisse in Kapitel vier vor.

In diesem werden zwei ausgewählte Formate der Kategorie Dating-Shows näher begutachtet. Die ausgewählten Formate „Are you the One“ und „Temptation Island“ bilden den diversen Charakter des Formatspektrums ab und sind somit geeignet für einen

grundlegende Analyse anhand Formats und Rezeption, vorherrschender Stereotype und Bewertung und vorherrschender Vorstellungen und Sexismus.

Der medienpädagogische Zugang zu geschlechtssensibler Mediennutzung kann in Kapitel fünf mit Hilfe einer grundlegenden Definition des Arbeitsfeldes und der darauffolgenden Vorstellung eines Praxisprojektes mit anschließender Bewertung in seiner Relevanz herausgestellt werden.

Das Fazit der Bachelor-Thesis resümiert zusammenfassend die hervorgebrachten Thesen und zentralen Punkte der Arbeit, um zum Einen eine abschließende Einschätzung der Thematik vorzunehmen und andererseits einen Ausblick auf zukunftsweisende Faktoren innerhalb der wissenschaftlichen und auch gesellschaftlichen Arbeit bezugnehmend auf die Fragestellung zu klären.

2. Theoretischer Rahmen und Forschungsstand

2.1. Geschlechterstereotype – Definitionen, ontogenetischer Erwerb und gesellschaftliche Auswirkungen von Geschlechterstereotypen

Geschlechterstereotype sind als Unterkategorie der Stereotype zu verstehen. Der Begriff Stereotyp unterliegt unterschiedlichen Definitionen. Grundlegend ist jedoch darzulegen, dass mit einer Stereotypisierung ein internalisierter menschlicher Prozess heuristischen² Ursprungs beschrieben wird, der dazu dient Menschengruppen in soziale Kategorien einzuteilen und damit eine bestimmte Wahrnehmung dieser Gruppierung zu speichern (Bodenhausen et.al. 2003, zit. Nach Sommer 2017, 28). Um die große Informationsmenge, die sozialen Interaktionen beinhalten, verarbeiten zu können, werden neu erkannte Persönlichkeitsmuster entsprechend mit den vorhandenen stereotypen Bildern, die bereits bestehen, verknüpft und dementsprechend verordnet (vgl. ebd). Ergänzend hierzu erklärt Sommer, der Vorgang diene außerdem zur Entwicklung eines positiven Selbstwertgefühles und einer sozialen Vernetzung, die dazu führt, dass Individuen sich selbstständig einer sozialen Gruppe zugehörig fühlen (vgl. Bodenhausen et. al. 2003, zit. Nach Sommer 2017, 29). Wolter erläutert zudem, die generalisierte kategorische Einordnung und folgende Einteilung von Individuen in soziale Gruppen aufgrund von Stereotypisierung basiere auf der Feststellung gemeinsamer und gegensätzlicher Eigen-

² Allg. Definierbare Methodik zur Problemlösung genereller Problematiken ohne eindeutig definierte Lösungsstrategie anhand individueller Erfahrungswerte oder erlernter Verhaltenstechniken. Anwendung besonders in Bereichen, die Defizite in der Übersichtbarkeit oder grundsätzlichen Struktur aufweisen (vgl. Siepermann 2023, o.S.)

schaften, beispielhaft Persönlichkeit oder Sozialverhalten, ohne eine Beachtung zwischenmenschlicher Charakteristika einzelner Gruppenmitglieder (vgl. 2020, 4). Dabei ist der Blick auf unterschiedliche Eigenschaften innerhalb der eigenen Gruppe von niedriger Bedeutung (vgl. ebd). Ein grundlegender Faktor der Anwendung von Stereotypen ist die „Aktivierung“ ebendieser. Laut Wolter sind die entsprechend einzuordnenden Informationen bereits durch zuvor erworbenes Erfahrungswissen kognitiv abgespeichert und können situativ abgerufen und somit aktiviert werden (vgl. 2020, 5). Dieser Vorgang ist insbesondere dahingehend bedeutsam, dass vorherige Annahmen und somit der abgespeicherte Wissensstand eines Individuums kollektiv auf Ersteindrücke bezüglich einer sozialen Gruppe wirken und eine Kategorisierung dieser erfolgen kann. Dabei kann der bestehende Wissensstand erweitert werden, was eine konsistente Charakterisierung bedeutet (vgl. ebd). Da ein Individuum zumeist diversen sozialen Gruppierungen angehört, ist eine Aktivierung der Stereotypen, die im jeweiligen kontextualen Zusammenhang am engsten mit der Situation verknüpft werden können notwendig, um eine angemessene Verarbeitung der erhaltenen Informationen zu gewährleisten (vgl. Sommer 2017, 354). Im Zuge der Aktivierung kann eine Wechselwirkung zwischen Annahme und Auswirkung in dem Sinne entstehen, dass aufgrund einer situativ bedingten Anpassung der stereotypisierten Gruppierung an die aktivierend agierende Gruppierung die Stereotypisierung bestätigt wird. Des Weiteren besteht die Möglichkeit einer Annäherung der eigenen sozialen Gruppe an eine andere durch eine Imitation stereotypischer Eigenschaften der anderen Gruppierung, was meist im Falle eines negativen Bewusstseins des Selbst der eigenen Gruppierung begünstigt. Eine Stereotypisierung kann anhand diverser Kategorien geschehen, die einen sozialen Charakter besitzen. Dazu gehören beispielhaft ethnische Zugehörigkeit, Erwerbsgruppierung oder Geschlecht (vgl. Hannover/Wolter 2019, 202).

Die Geschlechterstereotype als Unterkategorie der Stereotype umfassen laut Eckes Eigenschaften die Frauen*³ und Männer* in ihrem Geschlecht beschreiben. Der kollektive Wissensstand ist demnach sozial geprägt und bildet bestimmte Parameter ab, die ein normatives Bild des jeweiligen Geschlechtes abbilden (vgl. 2008, 178). Er betont zudem, dass Geschlechterstereotype einen dualen Charakter aufweisen, da zusätzlich zu dem Individualwissen über geschlechtliche Normen auch ein „konsensuell geteiltes Verständnis“ besteht, welches besonders durch kulturelle Einflüsse beeinflusst wird und geschlechtliche Eigenschaften definiert (vgl. ebd). Zudem muss hier zwischen zwei

³ Als Frauen*/Mädchen* und Männer*/Jungen* und ähnlichen Geschlechterbeschreibungen werden im weiteren Verlauf dieser BA-Thesis alle Personen miteingeschlossen, die sich dem weiblichen oder männlichen Geschlecht zugehörig fühlen, unabhängig vom biologischen Geschlecht. Das entsprechende Sternchen umfasst alle Definitionen und dient als Abkürzung der vorliegenden Erklärung.

Faktoren der Stereotypisierung unterschieden werden. Zum einen kommen hier „deskriptive“ Anteile zum Tragen. Deskriptive Zuschreibungen umfassen traditionell geprägte Auffassungen, in denen beschrieben wird, welche Charaktereigenschaften Frauen* und Männer besitzen, bestimmte Lebens- und Verhaltensformen und generelle Annahmen, die als gegeben zu betrachten sind. Bei einer Abweichung der geschlechtlichen Norm folgt demnach als Konsequenz Verwunderung. Dem gegenüber stehen „präskriptive“ Anteile. Diese weisen den Charakter einer traditionell geprägten Meinung auf und definieren erwartete Verhaltensweisen von Frauen* und Männern* im gesamtgesellschaftlichen Kontext. Beispielfhaft sind Frauen* demnach emotionaler und Männer* nehmen zumeist eine gegebene Machtposition ein. Die Konsequenz bei Abweichung resultiert bei „präskriptiven“ Anteilen in ablehnendem oder abwertendem Verhalten (vgl. ebd). Hannover und Wolter ergänzen anhand dem Stereotype Content Model von Fiske, Glick und Xu, dass geschlechtertypische Unterschiede außerdem anhand der Faktoren Kompetenz und Wärme eingeordnet werden können. Dieses Modell resultiert aus der Forschung an Stereotypen und ordnet soziale Gruppierungen entsprechend ihres sozialen Status ein. Dem zugrunde liegt ein wettbewerblicher Gedanke. Indem andere Sozialgruppen als besonders warm oder kompetent eingeschätzt werden, je nach Nähe oder Distanz zur eigenen Sozialgruppe, kann eine Einschätzung bezüglich der Bedrohung der eigenen Gruppe erfolgen (vgl. 2019, 202). Demnach besitzen Frauen*, basierend auf der Tatsache des niedrigeren sozialen Status und der daraus resultierenden fehlenden Konkurrenzfähigkeit, weniger Kompetenz aber mehr Wärme. Männer* haben einen höheren gesellschaftlichen Status, worin eine höhere Kompetenz resultiert. Da aber auch innerhalb der Geschlechterstereotypen eine Subkategorisierung einzelner Merkmale vorgenommen werden muss, beispielhaft zwischen berufstätigen Frauen* mit einer höheren Kompetenz und Frauen* die keiner Erwerbstätigkeit nachgehen und dafür Care-Arbeit leisten ergo eine höhere Wärme besitzen, erfolgt die Einordnung in Kompetenz und Wärme nach individuellem Substereotyp (vgl. ebd).

Ein ontogenetischer Erwerb von Geschlechterstereotypen kann bereits in frühester Kindheit beobachtet werden. Insbesondere sozialisierende Faktoren spielen hier eine tragende Rolle. Elsen führt aus, dass bei Kindern bereits im Babyalter von drei bis acht Monaten anhand der Wahl von Spielzeugen geschlechtsspezifische Vorlieben herausgestellt werden können (vgl. Serbin et.al.2001, zit. Nach Elsen 2020, 107). Im Verlauf des nächsten Jahres bis einschließlich des zweiten Lebensjahrs bilden sich diese geschlechterstereotypischen Neigungen bezüglich Spielzeugen weiter aus (vgl. ebd). In dieser Altersspanne kann demnach auch angenommen werden, dass eine aktive Aneignung vorliegender geschlechtlicher Normen stattfindet. Eine Identifizierung der eigenen

Geschlechtlichkeit fällt zudem in diesen biografischen Rahmen (vgl. Tobin et. al. 2010, zit. Nach Hannover/Wolter 2019, 204). Zwischen dem dritten und dem fünften Lebensjahr wird eine starke Aneignung gefestigter geschlechtlicher Stereotypen verzeichnet. Bereits in dieser Altersspanne können eigene und fremde Verhaltensmuster anhand mentaler Repräsentation vorgegebener Rollenbilder hinsichtlich Geschlechtes erkannt und beurteilt werden (vgl. Elsen 2020, 108). Der frühkindliche gesamtheitliche Erwerb eines kulturell angeeigneten Wissensstands hinsichtlich vorliegender Geschlechterstereotype erfolgt im Normalfall bis zum Schuleintritt. Dieser Vorgang schließt das Erlernen sozialer Vorgaben bezüglich des eigenen Geschlechtes mit ein. Als Beispiel können einerseits eindeutige Faktoren, wie Kleidung oder Tätigkeiten, als auch komplexere Faktoren, in Form von psychologischen Persönlichkeitsprozessen oder Befähigungen herausgestellt werden (vgl. Signorella 1993, zit. Nach Hannover/Wolter 2019, 204). Der starke Anstieg von geschlechtertypischem Verhalten kann jedoch bereits kurz vor dem Schuleintritt in der Interaktion von Kindern beobachtet werden. Hier wird deutlich, dass ein individueller Abgleich bestehender Geschlechterstereotypen stattfindet. Dabei ist der Faktor der gleichgeschlechtlichen Identifikation ebenso zu beachten, als auch ein konformes Verhalten einzelner Individuen entlang internalisierter geschlechtlicher Normen. Je höher diese Faktoren also mit dem eigenen Empfinden übereinstimmen, desto höher ist die Interaktion zwischen Kindern gegeben (vgl. Martin et al. 2014, zit. Nach Hannover/Wolter 2019, 205). In den weiteren Lebensjahren bis hin zum Teenageralter werden bestehende Vorstellungen von geschlechtsspezifischen Unterschieden gefestigt und durch das individuelle Sozialnetzwerk geprägt. Elkes erläutert hierzu, dass diverse Umwelteinflüsse bereits frühzeitig einen extremen Einfluss auf die Herausbildung und persönliche Gewichtung von Geschlechterstereotypen haben und diese langfristig und nachhaltig beeinflussen (vgl. 2020, 109). Begünstigt werden individuelle Erfahrungen und damit verbundene interne Manifestierungen von Normen und Vorstellungen anhand verschiedener Faktoren wie dem sozialen Umfeld, Äußerlichkeiten die dem jeweiligen Geschlecht zugeordnet werden können oder auch das direkte Herausstellen von geschlechtlichen Unterschieden durch Andere (vgl. ebd). Wolter stellt hier noch einmal die Bedeutung des sozialen Umfeldes heraus. Sie beschreibt, dass der Erwerb von vordefinierten Geschlechterrollen durch erlerntes Verhalten dieser entsteht. Dabei kommt es einerseits zur Imitation einer geschlechterkonformen Verhaltensstruktur innerhalb des eigenen Netzwerkes und andererseits zur direkten Zuweisung in Rollenbilder durch Bezugspersonen oder Medien (vgl. Bussey und Bandura, 1999, zit. Nach Wolter 2020, 6). Wichtig ist jedoch auch darzulegen, dass mit voranschreitendem Alter das Konzept von Geschlechterstereotypen einer individuellen Fluktuation unterliegt. Voraussetzung

hierfür sind externe Faktoren wie Bildung oder persönliche Ereignisse, die ebendiese Stereotype festigen oder auflösen (vgl. Elsen 2020, 110).

Die genannten Faktoren wirken sich auf das gesamtgesellschaftliche Zusammenleben von Menschen aus. Aufgrund der Tatsache, dass Stereotype bezogen auf das Geschlecht durch gewisse Annahmen erfolgen, kommt es zu einer Modulierung der eigenen und der Fremdwahrnehmung (vgl. Hannover/Wolter, 2019, 206). Durch die automatische Aktivierung bereits internalisierter Geschlechterstereotype, die zur besseren Verarbeitung von neu erworbenen Informationen angewendet werden, kommt es zu einer Einordnung einer neu kennengelernten Person anhand der stereotypischen Parameter des jeweiligen Geschlechts (vgl. ebd). Dies begünstigt einen individuellen Anpassungsprozess der Person die einer Stereotypisierung unterliegt, die letztendlich dazu führt, dass Annahmen durch geschlechtertypische Verhaltensweisen bestätigt werden und der Stereotyp aufrechterhalten wird (vgl. Wolter 2020, 7).

Die Auswirkung dieser Aufrechterhaltung ist die starke Ambivalenz in der öffentlichen Wahrnehmung von Frauen* und Männern* und die gleichzeitige individuelle Rezeption dieses Umstandes. Elsen beschreibt die Entstehung klassischer Rollenverteilung aufgrund der Geschlechterstereotypen und deren gesellschaftliche Etablierung (vgl. 2020, 116). Sie führt weiterhin aus, dass abweichendes Verhalten vom eigenen geschlechtertypischen Verhalten oftmals auf wenig gesellschaftliche Akzeptanz trifft und persönliche Haltungen prägen (vgl. ebd). Ein Beispiel hierfür ist die weit verbreitete Auffassung, dass Mädchen* im sprachlichen und sozialen Feld besondere Begabung aufweisen, Jungs* dafür in Mathematik oder naturwissenschaftlichen Feldern mehr Leistung erbringen. Das durch Sozialisation geprägte Selbstbild ist demnach darauf konditioniert sich selbst eine Schwäche im nicht-geschlechter-konformen Handlungsfeld zu attestieren und somit zum Beispiel auch im späteren Berufsleben stärker nach geschlechtstypischen Gesichtspunkten anstelle von persönlichen Interessen zu agieren (vgl. ebd). Infolgedessen kommt es einer persönlichen Korrektur der eigenen Verhaltensweisen. In der Theorie der Stereotypen-Bedrohung nach Steele wird beschrieben, dass Personen die sich in Gefahr sehen aufgrund einer negativen geschlechtsspezifischen Konnotation in einem Leistungssektor bewertet zu werden, also beispielweise Frauen* die in einem typischen Männerberuf arbeiten, durchschnittlich auch eine schlechtere Leistung zeigen und somit den Geschlechterstereotyp bestätigen. Je höher die individuelle Identifikation mit dem jeweiligen Sektor ausfällt, desto höher tritt dieser Effekt auf (vgl. Steele 1997, zit. Nach Wolter 2020, 7).

Geschlechterstereotype sind ein fester Bestandteil unseres gesamtgesellschaftlichen Zusammenlebens. Diese weitreichenden Auswirkungen zeigen sich schon im frühesten Kindesalter und haben demnach einen Einfluss auf den individuellen Werdegang. Es kommt in Folge zu einer Einschränkung der persönlichen Entwicklung, da hier mit einer geschlechterbasierten, zumeist für Mädchen* und Frauen*, meist negativen Bewertung des Selbst ausgegangen werden muss. Dies ist dahingehend problematisch, als dass schon Mädchen* und Jungen* kognitive Schemata bezüglich geschlechtlicher Differenzen erlernen, die ihnen gewisse Vorgaben und Einschränkungen zur Lebensplanung und Gestaltung vorgeben. Diese verfestigten Rollenbilder sind auch im Erwachsenenalter weiterhin präsent, was zu einer sozial-strukturellen geschlechterbasierten Ungleichheit führt. Die Fortschritte hinsichtlich der Gleichstellung von Geschlechtern sind zwar in den letzten Jahren immer stärker thematisiert worden und gewinnen auch zunehmend gesellschaftliche und politische Beachtung, die Ungleichbehandlung der Geschlechter in alltäglichen, beruflichen oder auch medialen Kontexten ist aber nach wie vor deutlich sichtbar. Um dieser Thematik entgegenzuwirken, sind demnach Ansätze und Handlungsstrategien notwendig, die bereits in der frühkindlichen Bildung ansetzen und traditionelle Rollenbilder aufweichen. Auch in den Bereichen der Öffentlichkeit, des Bildungs- und Berufssektors oder der Digitalisierung ist eine hinreichende Aufklärungsarbeit unabdingbar, welche geschlechtsspezifischen Ungleichheiten erstens präventiv entgegenwirkt und zweitens zu einem gesamtheitlich strukturellen Umdenken führt. Geschieht dies nicht, ist anzunehmen, dass Geschlechterstereotypen sich weiterhin als verfestigte Denkstrukturen und somit auch in Handlungsweisen auf privater und öffentlicher Ebene manifestieren. Die Auswirkungen würden eine fortwährende Ungleichheit zwischen Frau* und Mann* bedeuten und Frauen* weiterhin in einer Weise gegenüber Männern* benachteiligen, die in vielen Belangen der heutigen Gesellschaft weder als angemessen noch als rechtfertigbar bezeichnet werden kann.

2.2. Sexismus

Unter Sexismus kann eine direkte und indirekte ungleiche soziale Behandlung von Frauen* oder den Mitgliedern der LGBT+*-Community* gegenüber heterosexuellen CIS-Männern*⁴ aufgrund ihres Geschlechtes verstanden werden. Diese führt zu einer Benachteiligung der betroffenen Personen und resultiert in einer Diskriminierung. Sexismus

⁴Cis ist eine Definition der übereinstimmenden geschlechtlichen Identität mit dem bei der Geburt bestimmten Geschlecht, beispielhaft ist eine cis-Frau eine Person, die sich selbst als Frau identifiziert und die bei der Geburt als Frau bestimmt wurde (vgl. Technische Universität Dortmund, 2024, o.S.)

hat zudem eine strukturelle Dimension, da er in einer Wechselwirkung mit Machtverhältnissen und gesellschaftlichen Privilegien steht (vgl. Boshammer 2008, o.S.). Weil die betroffenen sozialen Gruppen aufgrund systemischer Strukturen eine langwierige Ungleichheit erfahren haben, liegt hier nahe, dass sexistische Ansätze sich nur auf die benachteiligten Gruppen übertragen lassen. Dabei ist eine Voraussetzung, dass eine Benachteiligung rein auf der Grundlage des Geschlechtes und der geschlechtsspezifischen Stereotypen der geschädigten Person basiert und keine weitere rationale Begründung bezüglich der Benachteiligung vorliegt (vgl. ebd). Sexismus entsteht, wenn bestehende, sozialkultivierte generelle, meist negative oder herabwürdigende, Annahmen bezüglich des weiblichen Geschlechtes oder Mitgliedern der LGBT+*-Community* dazu führen, dass deren Fähigkeiten oder Persönlichkeiten herabgewürdigt werden und eine Stigmatisierung aufgrund der dargelegten Tatsachen besteht (vgl. ebd). Die Thematik kann als kollektives Gesellschaftsproblem definiert werden. Auch wenn Sexismus-Erfahrungen zumeist von Einzelpersonen ausgehen und Einzelpersonen betreffen liegen die Wurzeln der Problematik in Herrschafts- und Machtstrukturen und können systemisch dargelegt werden, was folgend eine kollektive Betrachtung ermöglicht (vgl. Arndt 2020, 23).

Unterschieden wird zwischen primärem und sekundärem Sexismus. Primärer Sexismus bezieht sich ausschließlich auf das Geschlecht, ergo ist auch das diskriminierende Element geschlechtsspezifisch. Dagegen ist der sekundäre Sexismus eine Diskriminierung, die zwar auf Merkmalen basiert, die einer bestimmten geschlechtlichen Zugehörigkeit zuzuordnen sind, sich jedoch nicht direkt auf eine die Gesamtheit einer Geschlechtlichkeit beziehen müssen. Beide Arten von Sexismus resultieren in einer Ungleichbehandlung der Betroffenen (vgl. ebd).

Ursprünglich entsprang die Begrifflichkeit in den 1960 Jahren. Bürgerrechtliche feministische Bewegungen brachten Sexismus entlang der Rassismus-Debatte hervor. Die beiden Begriffe entsprangen gleichsam aus einer Kritik am bestehenden System. Mit der Bezeichnung von Sexismus konnten so verschiedene Faktoren der Unterdrückung von Frauen* und nicht-heterosexuellen Männern*, wie beispielhaft die systematische Herabsetzung und Diskriminierung der betreffenden Gruppen aufgrund ihrer geschlechtlichen Merkmale oder ihrer stereotypischen Rollenbilder, greifbar und öffentlich gemacht werden (vgl. Butler 1990, zit. nach Boshammer 2008, o.S.). Im weiteren Verlauf wurde zum einen insbesondere die öffentliche Rolle der Frauen* bezüglich der geschlechtsspezifischen Benachteiligung betrachtet, zum anderen gerieten aber auch immer mehr Rollenbilder und patriarchale Strukturen im privaten Raum und innerhalb von Familien in den Fokus (vgl. Okin 1999/Krebs 2002, zit. Nach Boshammer 2008, o.S.). Im wissenschaftlichen Diskurs stand lange der sozio-kulturell geprägte Sexismus im Fokus. Erst in den

1990er Jahren wurden erste Ausdifferenzierungen hinsichtlich des Themas deutlich. Im Zuge des „Konzeptes des traditionellen Sexismus“ konnten die drei Faktoren der stereotypkonformen Betonung von Geschlechtsunterschieden, der Glaube an eine Minderwertigkeit von Frauen* in Relation zu Männern* und die Befürwortung herkömmlicher Geschlechterrollen herausgestellt werden (vgl. Benokraitis und Feagin 1995, zit. nach Eckes 2008, 183). Aufgrund der Tatsache, dass die Forschungsmethoden zum traditionellen Sexismus nicht den Faktor einer sich progressiv wandelnden Gesellschaft berücksichtigte, bildete sich der moderne Sexismus oder der Neosexismus heraus (vgl. Eckes 2008, 183). Die zentrale These bildete der Umstand, dass die kontinuierliche Herabsetzung von Frauen* bestehe (vgl. Eckes und Six-Materna 1999, zit. Nach Eckes 2008, 183). Bei Betrachtung des traditionellen gegenüber dem modernen Sexismus ist festzustellen, dass gleichermaßen Frauen* und Themen die für Frauen einen hohen Stellenwert besitzen eine negative gesamtgesellschaftliche Bewertung erfahren. Auffällig ist aber der Umstand, dass bei fortlaufender Herabsetzung der Betroffenen gleichzeitig kollektive positive Bewertungen hinsichtlich Frauen* und Frauen*themen zutage treten. Eckes fasst dieses im „Diskriminierungs-Zuneigungs-Paradox“ zusammen. Diskriminierung und eine gleichzeitig bessere Bewertung von Frauen* im Gegensatz zu Männern* stehen in einem ambivalenten Verhältnis (vgl. Eagly und Mladinic 1994, zit. Nach Eckes 2008, 184). Dieses Paradoxon wird in der „Theorie des ambivalenten Sexismus“ von Glick und Fiske aufgegriffen und entkräftet. Sie legen dar, dass die positive Beurteilung im Zuge des Sexismus nur den dualen Charakter aufzeigt. Mit den Begrifflichkeiten der hostile Betrachtung, also böswilligen und abwehrenden, und der benevolenten Betrachtung, der wohlwollenden und positiv gestimmten, kann eine Ambivalenz verdeutlicht werden, die gleichsam auch auf bestehende Machtstrukturen seitens der Männer* hinweist (vgl. Glick und Fiske 1996, zit. Nach Eckes 2008, 183). Der gegenwärtige wissenschaftliche Diskurs behandelt zentriert die Problematiken entlang der praktischen geschlechtlichen Konstruktionen und Sexismus der sich nicht ausschließlich anhand der Geschlechterdifferenz definieren lässt. Dabei sind hauptsächlich die gesamtgesellschaftliche Kritik hinsichtlich des Sexismus als auch Strategien zur Überwindung sexistischer Verhaltensweisen und kognitiven Strukturen Themen, wie beispielhaft in den Themenbereichen der Arbeitswelt, der Politik und der medialen Repräsentation, Bestandteile der heutigen Sexismus-Forschung (vgl. Boshammer 2008, o.S.).

Wie bereits vorherig beschrieben liegen dem Sexismus patriarchalische Machtstrukturen zugrunde. Zunächst ist hier zu beachten, dass Macht als solche zum Teil in einer Korrelation zu Gewalt und Herrschaftsbedingungen steht und somit einer gewissen Wechselwirkung bedingt ist. Bezogen auf den Sexismus sind gesondert die Machtstrukturen zu

betrachten, in die Frauen* und Männer* durch ihre geschlechtliche Zugehörigkeit hineingeboren werden (vgl. Arndt 2020, 33). Diese Strukturen besitzen eine sozial-biografisch gegebene Konstanz, da Männer* als Profiteure dieses Konstruktes Instanzen installiert haben, die eine langfristige Etablierung der bestehenden Hierarchien garantieren und deren Anspruch sich aus historischen Gegebenheiten ergibt (vgl. Arndt 2020, 34). Arndt spricht weiterhin über die soziale Stellung anhand von individuellen strukturellen Kategorien entlang der Normalität, die die jeweilige Machtposition definieren. Dies bedeutet also, dass ein Individuum seine Machtposition durch gegebene soziale Werte und Normen innerhalb der bereits etablierten kulturellen Strukturen, stärken oder schwächen kann, wobei das Geschlecht einen wesentlichen Faktor darstellt. (vgl. ebd). Dabei schafft die jeweilige Machtposition mit Hilfe von Gewalt Rahmenbedingungen, beispielsweise strukturelle oder auch institutionelle, die eine langfristige Stärkung der Machtposition garantieren (vgl. ebd). Aus dieser strukturellen Machtposition heraus wird langfristig ein Normen- und Wertesystem gebildet, welches moralische als auch ideologische Vorstellung konstituiert und somit normalisiert. Hieraus ergeben sich Unterschiede hinsichtlich der Privilegien in Sektoren der Ökonomie, des Sozialen und des Politischen für Machthabende und Nicht-Machthabende (vgl. ebd). Im Bezug auf Sexismus werden diese Ideologien der Normalität entlang des heterosexuellen CIS-Mannes als biologisch überlegene Spezies institutioniert. In Folge dessen entsteht eine Herrschaftsstruktur, die aus einem patriarchalischen Ursprung entspringt und somit gleichzeitig zu einer sozialen Ungleichbehandlung jener führt, die nicht dieser vorgegebenen Normalität entsprechen. Die Folge ist hier die Diskriminierung der ungleich behandelten Gruppen. Da der grundlegende Faktor hier eine geschlechtsspezifische Komponente darstellt, basiert die Herrschaftsposition auf Sexismus (vgl. ebd).

Die Auswirkungen dieser geschlechtlichen Ungleichheiten in Form von Sexismus können wissenschaftlich veranschaulicht werden. Die als Beispiel dienenden, vorliegenden Studie beziehen sich zwar größtenteils auf Frauen*, können aber gesamtheitlich auf alle betroffenen Gruppen bezogen werden. Eine repräsentative Studie von Hackett, Stepstoe und Jackson, die sich besonders mit Sexismus am Arbeitsplatz beschäftigte, evaluierte die Antworten von 3000 Teilnehmerinnen und konnte belegen, dass eine Zunahme von psychischen Krankheiten wie Depressionen oder Essstörungen aufgrund des beruflichen Sexismus vorlag. Weiterhin wurden ein schlechterer Gesundheitszustand, schlechtere Arbeitsleistung und allgemein höhere Unzufriedenheit nachgewiesen. Individuelle Lebensentscheidungen können, hervorgerufen durch sexistisch-patriarchale Strukturen, ebenfalls eine Benachteiligung bedeuten. Ein Beispiel wäre die nach wie vor ungleiche Aufgabenverteilung im Falle dessen, dass eine Frau* ein Kind bekommt. Im Gegensatz

zum männlichen Gegenpart bedeutet dies zumeist gehaltlich Einbußen, was in einer Altersarmut resultieren kann (vgl. Bönke et al. 2020, zit. Nach Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2021, 16).

Dem gegenwärtigen Forschungsstand ist folglich zu entnehmen, wie Sexismus im demografischen Wandel, aber auch im alltäglichen Leben eine dauerhafte und mit Konsequenzen der Benachteiligung in vielen Kategorien der persönlichen Entfaltung behaftete Stigmatisierung darstellt. Auch in der alltäglichen Realität der Frauen* und Mitgliedern der LGBT+*-Community* ist ein struktureller Sexismus vorhanden. Der gesellschaftliche Umgang mit dieser Thematik ist als nichtig zu bezeichnen, da eine reichweitende Akzeptanz sexistischer Handlungen und Alltagssituationen gegeben ist. Der Tatsache zugrunde liegend, dass Frauen* und Mitglieder der LGBT+*-Community entlang ihrer biografischen Sozialisation erlernt haben in diesen Strukturen zu leben und somit auch selbst eine internalisierte Toleranz gegenüber sexistisch-geprägten Strukturen aufgebaut haben, ist die andauernde Etablierung ebendieser unabdingbar. Das ist problematisch, da sexistische Verhaltensweisen reproduziert werden und im privaten, öffentlichen und medialen Raum weitestgehend normalisiert werden. Das führt zu einer fortwährenden Beibehaltung dieser Strukturen, die Frauen* und Mitglieder der LGBT+*-Community unterdrücken und im Folgenden auch eine soziale Ungleichheit kontinuierlich fortführt, die eine weitreichende Benachteiligung in allen Bereichen des Lebens mit sich zieht. Um diesen Kreislauf zu durchbrechen sind Maßnahmen der Aufklärung, sowie eine langfristige Etablierung von innovativen Strategien gegen Sexismus und das eigene Reflektieren und kritische Hinterfragen individueller Handlungen notwendig, um eine zukünftige Gleichbehandlung aller zu gewährleisten.

2.3. Geschlechterkritische Studien in der Medien- und Kommunikationsforschung

2.3.1. Grundlagenstudien und Debatten

Der geschlechterbasierte Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung ist fachlich der übergeordneten Geschlechterforschung zugeordnet. Ihre Relevanz als Forschungselement in der Medien- und Kommunikationswissenschaft begründet sich im Verständnis von Geschlecht als sozio-kulturelle-Konstruktion, welche durch den Einfluss von Medien und öffentlicher Diskurse geformt und somit zugänglich gemacht werden (vgl. Lünenborg/Maier 2013, 26). Mediale Prozesse beinhalten immer eine soziale Komponente. Bezogen auf geschlechtliche Strukturen kommt hier die Bildung einer zweigeschlechtlichen Identität zutage, mediale Repräsentation sorgt somit für eine stringente Konstruktion dieser Zweigeschlechtlichkeit. Der

Forschungsansatz, welcher auch der feministischen Theorie zugrunde liegt, bedingt einer grundsätzlich kritischen Haltung gegenüber Geschlecht, Gesellschaft, Wissenschaft, aber auch der eigenen theoretischen Zugänge. Weil die Auslegung eine systematische Überprüfung medialer Gegebenheiten bedeutet und diese kritisch betrachtet, ist ergo auch ein lösungsorientierter Handlungsansatz angestrebt (vgl. Karmasin, Rath und Thomaß 2013, 399). Theoretische Ansätze fußen demnach auf kritischen Theorien anderer Forschungsfelder. Als Beispiele können hier die marxistische Theorie, die kritische Theorie von Horkheimer aus 1937, der strukturelle Konstruktivismus nach Bourdieu, Konstruktivismus und Dekonstruktivismus, postkoloniale Theorien und queere Theorien genannt werden (vgl. Karmasin, Rath und Thomaß 2013, 402)

Die beispielhaft gewählten folgenden Studien bilden einen forschungsrelevanten Bereich in der geschlechterkritischen Medien- und Kommunikationsforschung ab. Sie können als repräsentative Abbildung des Feldes betrachtet werden und beziehen sich auf mediale Inhalte besonders im TV. Bereits 1975 konnte Erich Küchenhoff im Auftrag des Familienministeriums im Rahmen einer systematischen Studie, die eine quantitative Unterrepräsentation und trivialisierende Darstellungen von Frauen* im TV, die Diskrepanz zwischen Frau* und Mann* in den Medien darstellen. Die Psychologin Christiane Schmerl zeigte ab 1980 in einer langfristig angelegten Studie auf, wie eine Nutzung der Sexualisierung von Frauen* in hohem Maße in der Werbung und ab 1985 auch in Tageszeitungen genutzt wird (vgl. Lünenborg und Maier 2013, 27). In den 1980er Jahren richtete die Forschung ihr Augenmerk insbesondere auf das Verhältnis von Geschlechtern in den Medien. Dabei gewann der Begriff „Gender“ zunehmend an Bedeutung. Gender wird hier als eine geschlechtliche Konstruktion, die von den kulturellen und sozialen Faktoren moduliert wird, verstanden (vgl. vom Orde 2020, 10). Ergo wird die ausschließlich gegebene Zweigeschlechtlichkeit hier angezweifelt, da nach „doing gender“ Geschlecht eine prozessuale Handlungsweise im alltäglichen Leben bedeutet, die keine biologische Komponente beinhaltet (vgl. Lünenborg und Maier 2013, 21). Klaus formulierte in 1998 drei geschlechterspezifische Forschungsansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaften (vgl. Klaus, 2022, 2). Der Gleichheitsansatz bezieht sich demnach auf das Vorkommen von Geschlechtern in den Medien und der dazugehörigen Benachteiligung von Frauen* in gesellschaftlicher und medialer Repräsentation (vgl. Klaus 2022, 3). Eine repräsentative Langzeitstudie ist das „Global Media Monitoring Project“ aus dem Jahr 1995. Alle fünf Jahre wird weltweit stichprobenartig die Repräsentation von Frauen* und Männern* in medialen Nachrichtensendungen, aber auch in der Produktion gemessen (vgl. Klaus 2022, 4). Medial gemessene geschlechtliche Differenzen werden anhand des Differenzansatzes untersucht. Dabei muss das geschlechtliche Konstrukt als sozial-historische Komponente miteinbezogen werden. Im medialen Kontext bezieht sich die Forschungsgrundlage besonders auf Rezeption

und Präferenzen der jeweiligen Geschlechter (vgl. Klaus 2022, 5). Aufgrund der vorherigen Darlegung des Begriffes gender, welcher sich fortlaufend zunehmend etablierte, kritisierte der folgende Konstruktivismusansatz den fehlenden Bezug zum sozialen Geschlecht und die unkritische Auseinandersetzung mit Heteronormativität in der geschlechtlichen Medien- und Kommunikationsforschung. In der Konsequenz bezieht der Konstruktivismus die Dekonstruktion gefestigter geschlechtlicher Merkmale mit ein und untersucht Medien und deren Produktionsmöglichkeiten hinsichtlich gender und doing gender (vgl. Klaus 2022, 7). Dorer konnte 2004 belegen, dass Binarität⁵ in medialen Berufszweigen immer noch vorherrschend ist und patriarchale Strukturen nach wie vor bestehen (vgl. Klaus 2022, 11).

Im gegenwärtigen Diskurs ist die strukturelle und soziale Geschlechterfrage von besonderer Bedeutung. Weil mittlerweile auch das Gendering eine zentrale Rolle in der medialen Geschlechterforschung einnimmt, ist der geschlechtliche Dualismus früherer Studien als kritisch zu betrachten, da er zu einer Reproduktion klassischer „Zweigeschlechtlichkeit“ führen kann. Eine gewisse Relevanz für den Forschungsstand ist jedoch unabdingbar, da anhand klassischer geschlechtlicher Unterschiede soziale Unterschiede und diskriminierende Handlungen in medialen Kontexten herausgestellt werden können (vgl. Klaus 2022, 13). Die zentrale These der geschlechtlichen Unterschiede innerhalb medialer Kontexte bezieht sich nach wie vor auf geschlechtliche Verhältnisse und Repräsentationen (vgl. ebd).

Die Entwicklung der geschlechterkritischen Medien- und Kommunikationsforschung konzentriert sich fortwährend auf Prozesse medialer Gegebenheiten und Entwicklungen hinsichtlich geschlechtlicher Darstellung, Produktion und Nutzungsverhalten. Dabei ist die Einbeziehung des demografischen Wandels eine unabdingbare Komponente des Forschungsfeldes. Auch im gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskurs wird deutlich, dass nach wie vor eine Ungleichbehandlung im medialen Kontext anhand geschlechtlicher Zugehörigkeit besteht. Diese bezieht sich auf alle Felder der Medien und muss einer weiteren kritischen Betrachtung unterzogen werden. Im Besonderen die Konzentration auf dekonstruktive Betrachtungsweisen der dualen Geschlechtlichkeit neuerer Theorieansätze bedarf einer gesonderten Beachtung, da sie dem aktuellen gesellschaftlichem Tenor entspricht und zur Gleichberechtigung aller Individuen beitragen kann. Um dies zu gewährleisten ist vor allem die Entwicklung alltags- und medientauglicher Handlungsempfehlungen, basierend auf forschungsrelevanten Ergebnissen und entwickelten Theorien notwendig, die eine fortbestehende Digitalisierung und die zunehmende Nutzung der Medien aller mit einbezieht und den sensiblen Umgang in der

⁵ Binarität bezeichnet eine natürliche Zweigeschlechtlichkeit anhand des biologischen Geschlechtes mit allen geschlechtsbasierten Merkmalen die Frauen* und Männer* als diese identifiziert. Im neuesten Forschungsstand wird diese Zweigeschlechtlichkeit kritisch betrachtet (vgl. Bundeszentrale für politische Bildung, 2024, o.S.)

Mediennutzung fördert. Im Besonderen kann eine Konzentration auf das Forschungsfeld des „doing gender“ hier eine relevante Möglichkeit der Weiterentwicklung des wissenschaftlichen Standes bieten, die eine weitere Perspektive erlaubt und zur kritischen Betrachtung neuer medialer Inhalte beiträgt, um einen Aufklärungsauftrag gegenüber Medienproduktionen, Medienakteur*innen, aber auch passiven und aktiven Mediennutzer*innen wahrzunehmen.

2.3.2. Gendersensible Medienrezeptionsforschung

Die Medien- und Kommunikationsforschung untersucht die mediale Repräsentation, als auch Handlungsmöglichkeiten der Geschlechter mit besonderem Fokus auf die Ungleichbehandlung von Frauen* und Mädchen*. Deutlich wird daher auch die zunehmende Hervorhebung der betroffenen Personen als mediale Handlungsakteurinnen in diversen Bereichen deutlich. Demnach bewegen sich Forschungsstände zwischen Frauen* und Mädchen* als mediale Akteurinnen, aber auch als aktive Rezipienten, Teilnehmerinnen und Mitgestalterinnen medialer Inhalte. Diese können zu großen Teilen der gendersensiblen Medienrezeptionsforschung zugeordnet werden. Diesen unterliegen Untersuchungen und Betrachtungen dahingehend, inwieweit und in welcher Form mediale Darstellungen und Gestaltungen von Geschlechterrollen, geschlechtlichen Merkmalen oder auch geschlechtlichen Unterschieden erfolgen und wie die Rezeption der Nutzerinnen ausfällt (vgl. Hipfl 2022, 2). Zentrale Themen nehmen Bezug auf die Art des Medienkonsums von Nutzerinnen, anhand der Differenzierung in eine aktive oder passive Nutzung von Medien, welcher Grad der Selbstbestimmung mit der Mediennutzung einhergeht und die fluktuierende Medienrelevanz (vgl. ebd).

Elementare Forschungsgrundlagen sind hier frauen*bezogene Studien von Herzog aus den 1940er Jahren. Mit Hilfe quantitativer Erhebungen evaluierte sie kritisch die Bedeutung des persönlichen Bezuges von Hörerinnen einer Radio-Soap mit dem individuellen Alltag (vgl. Hipfl 2022, 3). Dabei konnte Herzog belegen, dass die Hörerinnen eine klare Korrelation zwischen der fiktionalen Radio-Serie und der eigenen Alltagsbewältigung herstellen konnten (vgl. ebd). In den 1980er Jahren rückte der feministische Forschungsansatz stärker in den Fokus und die Frage wie Mediennutzerinnen Inhalte konsumieren und bewerten, die speziell für weibliches* Publikum entwickelt wurde. Radway untersuchte im Jahr 1984 Leserinnen von Liebesromanen und deren Erwartungen an ebendiese. Ihr Fazit bestand darin, dass Leserinnen die medialen Inhalte einerseits kritisch bewerten, andererseits einen emotionalen Bezug herstellen und die fiktionale Ebene mit der persönlichen Lebenswelt verbinden (vgl. Hipfl 2022, 7). Morley konnte 1986 in einer qualitativen Befragung insbesondere geschlechterspezifische Differenzen und patriarchalische Machtstrukturen in der Mediennutzung herausstellen. Demnach hätten Männer* die Entscheidungsgewalt über mediale Inhalte und bevorzugen beim Medienkonsum

Isolation. Frauen* sehen Medienkonsum als Nebenaktivität und Gelegenheit für sozialen Austausch (vgl. Hipfl 2022, 8). In späteren Diskursen, wie beispielhaft in einer Studie zur geschlechtlichen Repräsentation im Musikfernsehen von Bechdorf, wird auch die unterschiedliche Rezeption der geschlechtlichen Zugehörigkeit herausgearbeitet. Dabei betont Bechdorf zum einen, dass männliche* Personen ihre Machtposition, durch mögliche Aufweichung von Geschlechterrollen und Männlichkeit in Gefahr sehen, was zu einer Ablehnung der Aneignung typisch weiblicher Merkmale führt. Weibliche Personen stehen der Repräsentation von progressiven Gendernormen offener gegenüber, da sie mit Hilfe medialer Inhalte durchaus Potential für die Entwicklung eigener Ideen der Gleichstellung von Geschlechtern sehen (vgl. Bechdorf 1999, zit. Nach Hipfl 2022, 10).

Die angesprochenen Identifikationsprozesse dienen Nutzerinnen auch bei der persönlichen Alltags- und Lebensbewältigung. Beinzger merkt jedoch an, dass gewisse, durch Medieninhalte vermittelte, Geschlechterideologien sich kognitiv festsetzen können und somit auch schwer veränderbar sind (vgl. Beinzger 2004, zit. Nach Hipfl 2022, 8). Die Entwicklung der gendersensiblen Medienrezeptionsforschung wird von Butler bezugnehmend aufgegriffen. Sie attestiert einen Wandel des Sehverhaltens der Rezipientinnen hin zu einer kritischen Auseinandersetzung mit medialen Inhalten, die nicht nur Identifikationsprozesse beinhalten, sondern gesamtgesellschaftliche Themen abdecken (vgl. Hipfl 2022, 13).

Die Digitalisierung mit der Erschließung neuer Möglichkeiten der Mediennutzung rückt die Rezipientinnen als handelnde Akteurinnen in den wissenschaftlichen Fokus. Mediale Selbstdarstellung oder Austausch von Informationen unterliegen laut Hipfl dem Potential „queer-feministischer Interventionen“ (vgl. Hipfl 2022, 13), also auch der Emanzipation der Mediennutzerinnen hinsichtlich eigener Interessen und Dekonstruktionen geschlechtlicher Ungleichheiten. Gill betrachtet das angestrebte feministische Potential der aktiven Mediennutzung kritisch. Weil ihrer Meinung nach Selbstverwirklichung auch mit einer Selbstkontrolle durch vorliegende technische Möglichkeiten einhergeht, stellt sie den weiblichen Körper und dessen Optimierung als zentrale mediale Aufgabe der neuen Medienmöglichkeiten als Machtgefälle dar (vgl. Gill 2019, zit. Nach Hipfl, 2022 14). Gegenstimmen diskutieren, dass mit Hilfe neuerer sozialer Medien durchaus die Möglichkeit bestehe auf gesellschaftlich-strukturelle Ungleichheiten der Geschlechtergruppen hinzuweisen und über korrelierende Problematiken, wie sexuelle Gewalt gegenüber Frauen* oder der Diskriminierung der LGBT*-Community aufzuklären (vgl. Hipfl 2022, 14f.).

Gendersensible Medienrezeptionsforschung setzt sich mit der Frage auseinander, wie Rezipient*innen Medien konsumieren und nutzen können. Insbesondere die Forschung an medialen Inhalten, die konkret für weibliche Nutzerinnen produziert wird zeigt auf, dass diese im

medialen Kontext durchaus an Wichtigkeit gewinnen konnten und der Fokus sich von der Frau*, die rein aus emotionalen Motiven Medien nutzt, hin zu tatsächlich aktiven Mitgliedern, die strukturell-soziologische Motive zur Medienaneignung, aber auch zur eigenständigen Nutzung sozialer Medien, verschoben hat. Diese Anwendung moderner digitaler Möglichkeiten birgt das Potential öffentlicher Aufklärung zu gesellschaftlich relevanten Themen in gleichem Maße wie der feministischen Entfaltung des eigenen Selbst. Es ist jedoch zu beachten, dass gleichermaßen die Gefahr besteht, dass sich traditionelle geschlechtliche Machtstrukturen zwar mit Hilfe neuerer Medien nicht aufrecht erhalten lassen, sich aber aus der digitalen Welt neue Themen in Bezug auf Ungleichheit oder eigene Unzufriedenheiten im Vergleich auftun, die eine weitere negative Bewertung des neuen Feminismus und eine gegenteilige öffentliche Meinung hervorruft.

2.3.3. Stereotypen in den Medien: Gesellschaftliche Schönheitsideale

Nach Koppetsch ist der Schönheitsbegriff als Teil der übergeordneten Attraktivität zu verstehen. Dabei liegen die messbaren Faktoren im körperlichen Bereich, darunter Körpergröße, Körpergewicht, Haare, Haut und Gesicht, aber Schönheit lässt sich auch durch Kleidung, Styling und Kosmetik erzeugen (vgl. Koppetsch 2000, zit. Nach Goldmann und Herbst 2019, 938).

Bedingt durch den sozio-historischen Wandel der Gesellschaft kam es auch zu einer stetigen Wandlung des gängigen Schönheitsideales, was darauf schließen lässt, dass Schönheitsideale auch immer eine soziale Komponente beinhalten. Bereits im 19. Jahrhundert, im Zuge der Demokratisierungsprozesse, war Schönheit kein herrschaftlicher Ausdruck mehr, sondern bedeutete nunmehr die Entfaltung der eigenen Persönlichkeit (vgl. Degele 2004, zit. Nach Goldmann und Herbst 2019, 940). Waren vorher noch üppigere Körperformen das gängige Schönheitsideal, wandelte sich dieses im Zuge der beginnenden Selbstreflexion hin zur schlanken Statur bei weiblichen Personen und eines muskulösen, starken Körpers bei männlichen Personen. Gleichmaßen kam es zu einer Diskriminierung der Personen, die an Übergewicht litten (vgl. Dimitriou und Ring-Dimitriou 2019, 67). Vorherrschend ist bis heute ein Schlankheitsideal in Verbindung mit einem zunehmenden gesamtgesellschaftlichen Streben nach entschleunigter Alterung (vgl. Pauli 2017, 1). Um dieses zu erreichen werden schönheitsfördernde Rituale, wie Körperhygiene, Kleidung, Kosmetik, Sport oder chirurgische Eingriffe, in den Alltag und die eigene Lebenswelt integriert. Frauen* sind dabei häufiger vom Druck des Schönheitshandelns betroffen, da Ideologien zu Schönheit in einer patriarchalisch-gesellschaftlichen Struktur entwickelt wurden und somit eine sozial-historische Komponente enthalten (vgl. Penz, 2010 zit. Nach Goldmann und Herbst, 2019 939).

Die heutige Verbindung von Menschen und Medien hat einen fundamentalen Einfluss auf das gängige Schönheitsideal. Medienkonsument*innen bekommen die Möglichkeit des Vergleichens der eigenen Körperideale mit medial diskutierten Vorstellungen von Schönheit. Daraus resultiert ein Bestreben nach Selbstoptimierung anhand medialer Vorbilder (vgl. Goldmann/Herbst, 2019, 941). Weiterhin ist zu beobachten, dass die mediale Inszenierung sich auf eine konsumgewichtige Gesellschaft der Postmoderne bezieht und daher nicht nur die Darstellung eines Schönheitsideales aufgrund gesellschaftlicher Ideologien und des Bestrebens nach einer hohen sozialen Stellung durch Schönheit anstrebt, sondern auch eine Anleitung zur Selbstoptimierung anhand der Nutzung verschiedener Konsumgüter und invasiver Modellierungen des Körpers bedeutet (vgl. Dimitriou/Ring- Dimitriou 2019, 77).

Forschungsrelevante Zugänge belegen eine Korrelation zwischen dem Missverhältnis des medialen Schönheitsideales, in Printmedien, TV-Sendungen und Musikfernsehen, und dem körperlichen Selbst, was zu einer sehr kritischen und ablehnenden Haltung des eigenen Körperbildes führen kann (vgl. Goldmann/Herbst 2019, 945). Eine repräsentative Studie aus 2005 von Rossmann und Brosius zeigt auf, wie der Drang zur Selbstoptimierung mit der Mediennutzung steigt. Belegt werden konnte, je höher die eigene Identifikation der Mediennutzer*innen mit medialen Schönheitsidealen ist, desto höher ist auch der Wunsch nach einer persönlichen optischen Selbstverbesserung hin zum gängigen Schönheitsideal (vgl. Goldmann/Herbst, 2019 945).

Ein bedeutsames Beispiel der Auswirkung medialer Inszenierung von Schönheitsidealen stellt die Reality-Show *Germany's Next Topmodel* dar. In der Sendung können vermeintlich „normale“ Mädchen* eine Topmodelkarriere gewinnen. Dabei spielt die Bewertung der Teilnehmerinnen-Körper eine übergeordnete Rolle. Die Rezipient*innen erlernen dabei eine Beurteilung reiner Körperlichkeit und formen dabei auch ihr eigenes Empfinden von Schönheit auf der Grundlage der vermittelten Schön- und Schlankheitsideale (vgl. Götz 2016 261). Die vermeintlich normalen Körper, welche gesamtgesellschaftlich betrachtet eine Ausnahme darstellen, werden durch die Sendung normiert und haben einen inszenatorischen Charakter. Mit Hilfe sozialer Interaktionen innerhalb der Gruppe von Rezipient*innen kommt es zu einer Verschiebung internalisierter Ideologien von Schönheit (vgl. ebd). Die Folge ist ein erhöhter Drang zur Selbstoptimierung entlang der neu formulierten Körperideale aufgrund der persönlichen Identifikation mit der Show. Der starke Anpassungscharakter, der im Kontext der Sendung formuliert wird, hat besondere Auswirkungen auf Zuschauer*innen die bereits selbstkritische Persönlichkeitsstrukturen, wie ein niedriges Selbstwertempfinden oder Perfektionismusbestreben, aufweisen (vgl. Götz 2016, 263). In Folge dessen kommt es oftmals zu einer defizitären individuellen Körperwahrnehmung, die ein erhöhtes, zum Teil gesundheitsgefährdendes Bestreben nach Selbstoptimierung nach sich ziehen kann (vgl. Götz 2016, 262).

Dieses Beispiel verdeutlicht daher, dass die mediale Darstellung von Schönheits- und Körperidealen die Unzufriedenheit des Selbst fördern kann und in der Folge das eigene Körperbild einer negativeren Bewertung unterliegt, da gängige Schönheitsideologien nicht erreicht werden können (vgl. Goldman/Herbst 2019, 945). Die kritische Auseinandersetzung mit medialen Inhalten ist folglich eine Aufgabe der Medien selbst, jedoch muss auch eine vermehrte Aufklärung seitens der öffentlichen Hand erfolgen, die bereits im Kindesalter ansetzt. Bis heute ist ein zunehmender Trend im Zuge der Digitalisierung erkennbar, der Selbstoptimierung und somit soziale Anerkennung für jeden zugänglich macht, gleichermaßen jedoch auch unrealistische Maßstäbe bezüglich Schönheit und Körperlichkeit vorgibt. Die Folge ist eine gesellschaftliche Akzeptanz kaum erreichbarer Schönheitsstandards und eine steigende Unzufriedenheit des persönlichen Selbst. Zwar versuchen soziale Medien, durch beispielhaft die „Body-Positivity-Bewegung“, dem vorherrschenden Ideal von Schönheit entgegenzuwirken, es ist jedoch fraglich inwieweit die mediale Inszenierung einen ernsthaften Versuch unternommen wird, eine Aushebelung vorheriger etablierter Normen vorzunehmen, oder ob der gegenwärtige Schönheitsidealismus aufgrund stetig hoher Popularität bestehen bleibt.

3. Methodische Vorgehensweise

3.1. Auswahl von Datingshows als Teil des Reality TV (Faszination Reality TV)

Die Kategorie des Reality-TV ist in seiner Begrifflichkeit schwer einzugrenzen, da diese Programmart einerseits einen besonders dynamischen Charakter und andererseits eine hohe Heterogenität aufweist (vgl. Schurzmann-Leder 2021, 70). Ursprünglich entsprang das Genre amerikanischen Unterhaltungs-Shows, wobei eine Entwicklung medialer Inhalte entlang zunehmender Vermarktung und einer dezentrierten Anpassung der industriellen Medienmaschinerie ihren Anteil an dieser Anpassung trägt (vgl. Hill 2005, zit. Nach Schurzmann-Leder, 2021 71). In Deutschland kam es im Zuge der Einführung kommerzieller Privatsender in den 1980ern zu einer Eigenproduktion international erfolgreicher TV-Formate, die sich einer großen Beliebtheit erfreuten. Besondere Bekanntheit erlangte hier das Format „Big Brother“ mit der erstmaligen Ausstrahlung 1999, da ein innovatives Konzept vorlag (vgl. Schurzmann-Leder 2021, 71). Angesichts der zunehmenden Popularität des Reality-TV öffnete sich in den 1990ern auch ein wissenschaftlicher Diskurs, der vor Allem den Versuch einer umfassenden Definition unternahm. Die Schwierigkeit bestand hier darin, dass das Genre in besonderer Weise einer Vielzahl von Merkmalen verschiedenster Kategorien unterliegt, hybride Tendenzen aufweist und einer andauernden Entwicklung unterliegt (vgl. ebd). Klaus und Lücke verstehen demnach Reality-TV als eine Formatsammlung mit diversen Subkategorien, die

genretechnische Grenzen überschreiten und einer stetigen dynamischen Wandlung unterliegen. Dabei kommt es zu strategischen Inszenierungen in Form von persönlichen, emotionalen, dramatischen, intimen und stereotypen Mitteln (vgl. Klaus/Lücke 2003, zit. Nach Schurzmann-Leder 2021, 74).

Insbesondere das „performative Reality-TV“ erlebt eine hohe Popularität bei Medienkonsument*innen, da eine starke Identifikation mit der eigenen Lebensrealität aufgrund der medialen Darstellung alltagsnaher Situationen stattfindet (vgl. Klaus/Lücke 2003, zit. Nach Schurzmann-Leder 2021, 75). Dieser Umstand geht einher mit Forschungsergebnissen aus der Medienwissenschaft, die belegen kann, dass eine hohe Relevanz bezüglich der Popularität von medialen Inhalten in Abhängigkeit dazu steht, in welchem Maße ein Bezug zur persönlichen Lebensrealität möglich ist (vgl. Schurzmann-Leder 2021, 75). Dazu nutzt das Medium der Medienproduktion einerseits sozial-relevante Themen, die sich im derzeitigen gesamtgesellschaftlichen Diskurs wiederfinden lassen. Andererseits werden aber auch breitere Themenkomplexe, die ein generelles Interesse generieren, wie Geschlecht, die eigene Identität oder auch berufliche Aspekte, abgedeckt (vgl. ebd.). Dabei festigen die TV-Sendungen Richtlinien und Handlungsweisungen hinsichtlich sozialer Strukturen, tariieren emotionale Grenzen aus und stellen alltägliche Situationen in den Mittelpunkt. Hier sind die Übergänge von inszenierten und authentischen Situationen fließend und stellen damit einen Alltagsbezug her (vgl. Lüneborg, Martens, Köhler und Töpfer 2011, 19f.). Zusätzlich zielen bewusste Überschreitung moralischer Grenzen und Brüche von gesellschaftlich gesteckten Tabus auf eine möglichst hohe emotionale Reaktion der Medienkonsument*innen ab, um das Interesse gleichermaßen hoch zu halten und einen aktivierenden gesellschaftlichen Diskurs der vorgelegten Inhalte zu generieren (vgl. Lüneborg, Martens, Köhler und Töpfer 2011, 181).

Datingshows stellen eine Subkategorie des Reality-TV dar. Ziel der Sendungen ist das Finden einer neuen Partnerschaft in diversen Kontexten (vgl. Krämer 2020, 35). Bekannte Beispiele hierfür sind Bauer sucht Frau, Love Island oder der Bachelor und die Bachelorette. Formate die eine heteronormative Beziehungsstruktur abbilden und diese mit traditionellen Ideologien und romantischen Inszenierungen unterlegen, bieten eine grundsätzliche Identifikationsgrundlage für Rezipient*innen, reproduzieren aber gleichzeitig bestehende Geschlechternormen und tragen damit zur Fortführung bestehender gesellschaftlich-patriarchalen Machtstrukturen bei. Aufgrund fortschreitender Digitalisierung und der damit verbundenen Möglichkeiten zunehmender Aufklärung von Mediennutzer*innen hinsichtlich geschlechtlicher Ungleichheiten von Frau* und Mann* nehmen Medienkonsument*innen, insbesondere weibliche Zuschauerinnen, jedoch eine neue Perspektive ein. Die Auseinandersetzung mit Darstellungen von Geschlechterrollen im Kontext von Partnersuche in den Medien erfolgt heutzutage in einem medienkritischen Bezug. Am Beispiel einer quantitativ angelegten Studie zur TV-Show „Der

Bachelor“ vom IZI aus 2014 geht hervor, dass eine kritische Auseinandersetzung, einhergehend mit der Prüfung der Echtheit der Reality-Show und deren Partizipant*innen durchgehend vorliegt (vgl. Bulla, Götz und Mendel 2015, 40). Hierbei besteht zwar die Gewissheit, dass die medial vermittelten Inhalte von Romantik und Partnerschaft nicht der absoluten Realität entsprechen, jedoch werden kontextuale Inhalte zum Umgang mit Geschlechtern in die persönliche Lebenswelt miteinbezogen (vgl. Bulla, Götz und Mendel 2015, 41). Auffällig ist zudem, dass geschlechtsspezifische Merkmale, die besonders Teilnehmerinnen negativ bewerten, von Konsument*innen des Formats eher gestützt werden (vgl. Bulla, Götz und Mendel 2015, 42). Das Forschungsergebnis verdeutlicht, dass die Sendung zum einen traditionell-patriarchalische Geschlechterrollen darlegt und diese zum anderen von Rezipient*innen und Teilnehmerinnen gleichermaßen kaum kritisch hinterfragt werden, was zu einer Reproduzierung ebendieser führt (vgl. Bulla, Götz und Mendel 2015, 44).

Es stellt sich demnach die Frage, wieso die Darstellung traditioneller Beziehungsmodelle zwischen Frau* und Mann* und romantischer Gegebenheiten in Zeiten der feministischen Selbstbestimmung nach wie vor eine hohe Popularität erzielen kann. Auch im gegenwärtigen medialen Diskurs erscheinen nach wie vor konservativ geprägte Geschlechterstereotypen, deren negative Auswirkungen bereits hinreichend ausgeführt wurden. Die Faszination bezüglich romantisierter medialer Inszenierungen für das Zielpublikum, mit stereotypischen und sexistischen Ideologien, bleibt bestehen und wird trotz kritischer Haltung der Wissenschaft und feministischer Diskurse weiter ausgestaltet. Methodische Untersuchungen der geschlechtersensiblen Medienforschung und der feministischen Medienanalyse stehen also auch vor der Aufgabe Ideen und Strategien zu entwickeln, die Gefahren dieser Darstellungen aufzeigen und gleichzeitig ein strukturell-gesellschaftliches Umdenken fördern.

3.2. Chancen und Herausforderungen der feministischen Medienanalyse

In Kapitel 2.3. wurde bereits die geschlechterkritische Medien- und Kommunikationsforschung definiert. Die feministische Medienanalyse oder feministische Medienforschung als Subkategorie bezieht Theorieansätze feministischer Forschung in den wissenschaftlichen Diskurs mit ein, um diese kritisch zu betrachten und in eine Korrelation, als auch eine bedeutende Ambivalenz miteinander zu verknüpfen (vgl. Dorer/Klaus 2008, 92). Auf Basis dieser Grundlage müssen bereits dargelegte wissenschaftliche Theorieansätze und empirische Forschungsmethoden evaluiert und gegebenenfalls ergänzt werden, um eine Aktualität des Wissensstandes in Bezug auf gesellschaftliche Strukturen und demografischen Wandel zu gewährleisten (vgl. Dorer/Klaus 2008, 93). Dabei ist im Besonderen die Wichtigkeit der Wechselwirkung von Geschlecht, Medien und Öffentlichkeit als wissenschaftlicher Faktor relevant. Weil ein

dynamisches Angebot der Medienproduktion und ein fortschreitendes Verhalten in der Mediennutzung die öffentliche Wahrnehmung von geschlechtlichen Unterschieden und bestehenden Geschlechterstereotypen beeinflusst, besteht die Herausforderung der feministischen Medienforschung darin, Geschlecht und Medien als ganzheitliches Konzept zu begreifen, dass sich in allen Kategorien medialer Kontexte wiederfindet und demnach auch eine wissenschaftlichen Betrachtung benötigt (vgl. Thiele, Maier und Linke 2014, 10).

Ein entscheidender Faktor, der diesen Prozess vorantreibt, ist auch eine kritische Auseinandersetzung mit dem Umgang geschlechtsspezifischer Unterschiede in wissenschaftlichen Disziplinen aus dem Spektrum der Medien- und Kommunikationswissenschaft oder fachähnlichen wissenschaftlichen Bereichen. Insbesondere die kritische Betrachtung der auf den oder vom männlichen Standpunkt ausgerichtete Forschungsaspekt kann als eine der zentralen Herausforderung der feministischen Medienforschung gesehen werden (vgl. Röser/Wischermann 2008, 733). Zusätzlich würde die Einführung einer neuen Perspektive, die eine geschlechtliche Gleichbehandlung im medialen Rahmen fördert und so auch mediale Inhalte grundlegend wissenschaftlich anders aufarbeiten kann, eine Chance bieten die Medien- und Kommunikationswissenschaft bedeutend fortentwickeln kann (vgl. Klaus et. al. 2001b, zit. Nach Röser und Wischermann 2008, 733). Ein darauf aufbauender Aspekt ist die kritische Betrachtung und Neudefinition der Zweigeschlechtlichkeit in der Medien- und Kommunikationsforschung. Im medialen Nischenbereich erfährt die Konstruktion von (Nicht-)Binarität bereits eine gewisse Etablierung, in Mainstreammedien ist eine duale Geschlechtlichkeit bisher aber noch vorherrschend und reproduziert somit traditionelle Geschlechterideologien und dementsprechend auch gesellschaftliche Machtstrukturen. Die Schwierigkeit besteht hier darin, dass die heteronormative Zweigeschlechtlichkeit in gesellschaftlichen, aber auch in medialen Kontexten einen festen Bestand hat. Die Queer Theory, als Bestandteil der feministischen Medien- und Kommunikationsforschung, formuliert in Bezug auf Medien bereits die „Dekonstruktion von Heteronormativität“ als Zielsetzung und bezieht sich auf eine starke Unterrepräsentation nicht normativer Geschlechterkonstruktionen oder auch diverser sexueller Orientierungen entlang des LGBTQ*-Spektrums (vgl. Maier 2015, 55).

Die Aufgabe der feministischen Medienforschung kann demnach erstens bedeuten, die beschriebene Diskrepanz wissenschaftlich darzulegen und zweitens mit Hilfe empirischer Erhebungen und ergebnisbasierter Forschungen wissenschaftlich fundierte Lösungsstrategien vorzustellen, die den Standpunkt der medialen Repräsentation von modernen Geschlechterkonstruktionen in den wissenschaftlichen Diskurs einbringen. Da hier mediale Kontexte in Zusammenhang mit alltäglichen Lebenswelten und damit verbundenen Problematiken geschlechtsbasierter Ungleichheiten stehen, kann die Methodik der Diskursanalyse als bedeutendes Instrument genutzt werden um eine Dekonstruktion der Zweigeschlechtlichkeit in der

Wissenschaft und der Öffentlichkeit zu thematisieren. Dabei ist der Wissensbestand kumuliert aus Wissenschaft und interaktiv und medial vermitteltem Wissen aus der Medienkommunikation. Zusätzlich kann ein Erfahrungswissen aus sozialen Interaktionen herangezogen werden. Strukturelle Machtfragen und Interessensfragen sind Forschungsaspekte, die auch inhaltliche Übereinstimmungen mit der feministischen Medienforschungen aufweisen (vgl. Thiele, Maier und Linke 2014, 15).

Der bereits beschriebene technische Fortschritt, auch in der Betrachtung des Einzuges der alltäglichen Mediennutzung als generellen Faktor, bildet eine der größten Chancen in der feministischen Medien- und Kommunikationsforschung. Unlängst gibt es Studien zu Medienkonsumentinnen als aktive und passive Nutzerinnen aller Medienkategorien (siehe Kapitel 2.3.2). Dabei kann herausgestellt werden, dass die öffentliche Repräsentation diskriminierter Randgruppen als Strategie greift und einen aufklärenden Charakter besitzt. Als massenmediales Mittel zur Ansprache einer großen Öffentlichkeit durch soziale Medien hinsichtlich Themen mit feministischen Inhalten können somit auch betroffene Personen Medien aktiv und selbstständig nutzen, um auf Missstände hinzuweisen. Wenn dies als Chance genutzt wird, kann der bereits integrierte Wissensstand eine hilfreiche Basis bieten, um die Sichtbarkeit der positiven Aspekte neuer Medien in der feministischen Medienforschung zu belegen.

Zusammenfassend zeigt sich, welche besonderen Herausforderungen die feministische Medienforschung im ambivalenten Verhältnis der Medienkultur mit dem gegebenen geschlechtlichen sozial-strukturellen Rahmen und der Zielsetzung einer angestrebten geschlechtlichen Gleichberechtigung innehält. Gleichzeitig eröffnet der mediale Diskurs, im Zuge der kritischen Auseinandersetzung mit Konstruktionen von Geschlecht und Medien, Möglichkeiten einer modernen Ausrichtung der wissenschaftlichen Arbeit. Durch das neue mediale Angebot der aktiven Nutzung von öffentlichkeitswirksamen Medien eröffnet sich eine forschungsrelevante Relevanz hinsichtlich geschlechtsbasierter Aneignung und Interaktion mit ebendiesen, die eine Weiterentwicklung des feministischen Diskurses in Verbindung mit Medien möglich macht.

3.3. Qualitative Inhaltsanalyse zu vorherrschenden Bildern und Vorstellungen

Eine generelle Definition der Inhaltsanalyse bezeichnet den wissenschaftlichen Vorgang als theoretisch-systemischen Vorgang zur analytischen Materialsichtung. Während die Kommunikationswissenschaft meist quantitative Methoden nutzt, um mediale Inhalte zu evaluieren, findet sich in der Sozial- und Geisteswissenschaft häufig der qualitative Ansatz wieder und bildet mit Hilfe der Methode einen lösungsorientierten Ansatz (vgl. Fürst, Jecker und Schönhagen, 2014 1). Im Folgenden beziehe ich mich auf die qualitative Inhaltsanalyse.

Ein zentrales Merkmal der qualitativen Inhaltsanalyse bezieht sich auf die Art der Herangehensweise aus theoretischem Grundsatz, also ein deduktives⁶ Vorgehen. Dabei konzentriert sich der Forschungsstand auf einzelne Aspekte und wählt theoretische Ansätze aus, die zielführend betreffend der gewünschten Forschungsfrage wirken können (vgl. Fürst, Jecker und Schönhagen 2014, 5). Zum Teil ist ein induktiver Aspekt jedoch auch hilfreich, um beispielsweise den Kreis der zu berücksichtigten Kriterien zu erweitern, und dadurch zu erforschende Aspekte besonders akkurat aufzuarbeiten (vgl. ebd). Vor dem Hintergrund der diversen Auswertungen und Bereitstellungen von Forschungsergebnissen sind zwei Evaluierungen bedeutsam. Normative Ergebnisse enthalten Charakteristika, die in hoher Varianz in dem dargelegten Forschungsstand auftreten. Abweichende Ergebnisse weisen auf eine extreme Herausbildung einer Charakteristik hin, die relevant sein kann. Im Sinne der ergebnisorientierten Forschung sind beide zweckdienlich, da hierdurch ein gesamtheitlicher Wissensstand abgebildet werden kann, die Anzahl der ausgewählten Charakteristika muss sich jedoch in einem individuell eingegrenzten Rahmen bewegen, um bestmögliche Ergebnisse erzielen zu können (vgl. ebd). Zur Bildung eines passgenauen Untersuchungsinstruments greifen also auch zunächst deduktive Vorgänge, um relevante Parameter aus der gegenwärtigen Forschung zur Ergebnisfindung zu nutzen. Komplettierend werden die Parameter, bei welchen relevante Wissensdefizite vorliegen, mit induktiven Methoden vervollständigt. Das Zusammenspiel von deduktiven und induktiven Ansätzen bedeutet ergo die Zusammenstellung forschungsrelevanter Aspekte aus vorliegenden Materialien für die Herleitung einer zutreffenden Fragestellung ohne eine genaue Ausrichtung ebendieser, was eine vielfältige Perspektivdimension bedingt (vgl. Fürst, Jecker und Schönhagen 2014, 7). Bei der Analyse bewegter Bilder besteht die Schwierigkeit in der dualen Analytik der audio-visuellen Dimension. Zur Bewerkstelligung dieser Komplexität und der Zusammenführung der vorliegenden Materialien müssen die zu erhebenden Daten schriftlich, in Form einer Transkription, festgehalten werden (vgl. Fürst, Jecker und Schönhagen 2014, 8f.). Im Zuge der Datenauswertung und damit verbundener Unklarheiten oder fehlender Informationen ist es zum Teil notwendig zusätzliche Quellen aus vorliegenden Materialien oder zusätzlichem Forschungsaufwand, in Form von beispielhaft Expert*inneninterviews oder Recherche, zu nutzen, um diese zu ergänzen (vgl. Fürst, Jecker und Schönhagen 2014, 10). Die audio-visuellen Materialien können dann anhand der zuvor gewählten Parameter mit Hilfe verschiedener Instrumente ausgewertet werden und hinsichtlich der Forschungsfrage im gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskurs beantwortet werden (vgl. ebd).

⁶ Deduktives Vorgehen bedeutet die Prüfung einer vorliegenden Theorie anhand eigener Forschungsstände Induktives Vorgehen bedeutet die Evaluierung eigener Forschungsergebnisse mit folgender Theoriebildung anhand des eigenen Forschungsstandes (vgl. studyflix 2024, o.S.)

Als kurzes Beispiel einer qualitativen Inhaltsanalyse im Kontext der Datingshows anhand Geschlechterstereotypen dient eine kurze Videosequenz der RTL-Datingshow „Ex on the Beach“. In dieser führen die Kandidatin Carina und der Kandidat Roman ein kurzes Gespräch. Inhaltliches Thema ist die, ebenfalls als Teilnehmende in der Sendung, Ex-Partnerin von Roman namens Lisa. Carina thematisiert eine erneute sexuelle Beziehung von Roman und Lisa, woraufhin Roman mit dem Satz: „Ich würde sie einfach wegflanken und dann liegen lassen.“ Die folgend negative Bewertung der weiblichen* Mitbewohnerinnen tangiert Roman marginal. Er erklärt nur einen Scherz gemacht zu haben und ärgert sich zudem über die Weitertragung seiner Aussage seitens Carina. Die folgende Aussprache zwischen Roman und Lisa beruhigt die Situation (vgl. Ex on the Beach, 31:32).

Ein problematischer Aspekt der Aussage von Roman ist die Reduzierung von Lisa auf körperliche Aspekte, was ihr gleichermaßen eine individuelle Persönlichkeit abspricht. Ein besonderes Merkmal in der Situation ist auch, dass die Aussage des Teilnehmers nur von weiblichen* Teilnehmerinnen kommentiert wird, obwohl ebenfalls männliche Teilnehmer zugegen sind. Hier können patriarchale Strukturen zugrunde gelegt werden, da Männer* aufgrund ihrer herrschaftlichen Stellung im Wissen sind, dass eine Überlegenheit gegenüber weiblichen* Personen besteht. Dass männliche* Personen diese Aussage unkommentiert lassen, kann als Schutzgedanke der eigenen patriarchalen Identität gegenüber der kritischen weiblichen Haltung hinsichtlich der sexistisch zu wertenden Aussage gedeutet werden. Auffällig ist hier zudem die besondere Wegweisung der eigenen Schuld von Roman. In der direkten Konfrontation durch Lisa beteuert er vermehrt, die Aussage nicht wortgemäß getätigt zu haben. Lisa als betroffene Person scheint zwar durch Romans Aussage eine negative Emotion zu erfahren, zieht aber keine tatsächlichen Konsequenzen, da sie ihre Emotion in der Selbsteinschätzung als übertrieben wahrnimmt und dementsprechend runter reguliert, was einen geschlechtstypischen Vorgang darstellt, in dem Frauen* die schwächere Position einnehmen. Sie lässt sich durch die vermeintliche Abschwächung der getätigten Herabwürdigung ihres Selbst durch ihren Ex-Partner verunsichern und zieht letztendlich keine Konsequenzen, die ihr eine individuelle Verbesserung der emotional geladenen Emotion verschaffen. Vielmehr endet die Situation in einer charakteristischen Darstellung des geschlechterbasierten Machtgefälles. Die weibliche* Person sieht sich aufgrund ihrer sozialen Position nicht im Stande eine klare Haltung einzunehmen und gibt letztendlich nach, um den Frieden zu wahren. Die männliche* Person weiß hingegen um die eigene Machtposition, welche bedingt, dass keine Konsequenzen zu erwarten sind, und sieht demnach einen minimalen Handlungsbedarf in der Wahrung des öffentlichen Selbstbildes, weshalb die Problematik hier abgeschwächt wird.

Zusammenfassend dient dieses Beispiel im Zuge einer qualitativen Inhaltsanalyse der Herausstellung geschlechtlicher Unterschiede und deren Bewertung einer Konfliktsituation, da

anhand charakteristischer Merkmale deutlich wird, warum die öffentliche Darstellung männlicher* Überlegenheit gleichermaßen einer stereotypischen Darstellung der „schwachen Frau*“ gleichkommt. Im Folgenden werden diese Problematiken anhand der gewählten Beispiele verdeutlicht.

4. Interpretation der Ergebnisse

4.1. „Are You the One“

4.1.1. Format und Rezeption

Das Reality Format „Are You the One“ wird der Subkategorie der Dating-Shows zugeordnet und ist eine deutschsprachige Adaption des gleichnamigen Formates des US-Senders MTV. Die deutsche Erstaussstrahlung beim Streaming-Sender RTL+ erfolgte am 14. April 2020 und die Sendung umfasst mittlerweile fünf Staffeln mit jeweils zwanzig Folgen und einem Wiedersehen nach der eigentlichen Show. Aufgrund der hohen Popularität des Formats wurde das Ablegerformat „Are You the One – Reality Stars in Love“ entwickelt. Das Konzept ist hier deckungsgleich mit dem Originalformat, jedoch sind die Teilnehmer*innen bereits durch andere Reality-Formate bekannt. Die Erstaussstrahlung war am 07. Juli 2021 und beinhaltet bis dato drei Staffeln mit jeweils einundzwanzig Folgen. RTL beschreibt die Sendung als strategisches Datingformat, bei dem jeweils zehn Frauen* und zehn Männer* ihr „Perfect Match“, also die passgenaue Partnerschaft anhand fachlicher Expertise ermittelt, finden müssen. Ziel der Show ist ein Kennenlernen der vermeintlich perfekten Paarkonstellationen und das Herausfinden dieser mit Hilfe von Einzeldates, die in Paarspielen gewonnen werden können (vgl. RTL 2023, o.S.). Im Zuge der Sendung haben die Kandidat*innen die Chance durch taktische Entscheidungen Tipps bezüglich der richtigen Paarzusammenstellungen zu erhalten. Zu diesen gehören zum einen die „Matchbox-Entscheidung“, bei welcher ein Pärchen was, durch die anderen Kandidat*innen ausgewählt wird. Voraussetzung hierfür ist die vorherige Teilnahme an einem Einzeldate durch den vorherigen Gewinn eines Paarspiels, in einer inszenatorischen Entscheidung erfährt das Pärchen, ob ein „Perfect Match“ vorliegt. Ist dies gegeben, muss das betreffende Paar die Villa verlassen. Zum anderen können die Kandidat*innen in der „Matching Night“ die/den mögliche*n Partner*in auswählen und erfahren anhand der Sitzkonstellation zwar nicht die genaue Zugehörigkeit der Individuen, jedoch die Anzahl der richtig sitzenden Paare (vgl. ebd). Haben die Teilnehmer*innen in der letzten Folge die richtigen Paarzusammenstellungen herausgefunden, können bis zu 200.000 Euro gewonnen werden. Die Sendung wird durch eine Moderation begleitet (vgl. ebd).

Das Format erfreut sich bei der relevanten Zielgruppe der Medienkonsument*innen, zwischen 14-49 Jahren, großer Beliebtheit. Im Jahresrückblick 2023 der RTL-Media-Group wird „Are You the One? Realitystars in Love“ als Platz zwei der beliebtesten Reality-Shows des Streaming-Anbieters angegeben (vgl. RTL 2023, o.S.).

Die öffentliche Meinung bewegt sich in einem ambivalenten Verhältnis hinsichtlich der Rezensionen. Beispielhaft attestiert DWDL der Show eine innovative Herangehensweise an Datingformate, da die Ziele der Kandidat*innen sich unterscheiden würden und die Perspektivmöglichkeiten diverser gestreut würden. Zwar stellt der Artikel die extreme Körperlichkeit der Sendungsinhalte als durchaus kritisch heraus, merkt jedoch positiv die Machart des Formats an (vgl. DWDL 2020, o.S.).

Das Magazin Welt betrachtet diese genannte Körperlichkeit kritischer und wirft dem Format eine Oberflächlichkeit vor, die teils ironisch dargelegt wird. Gleichzeitig stellt der Artikel jedoch eine Leichtigkeit der kontextualen Inhalte heraus, die einen entpolitisierenden Rahmen entfalten und eine Progressivität hinsichtlich der Partner*innenwahl erlauben. Zudem findet laut Welt eine gesellschaftliche Randgruppe hier seine Repräsentation, die einen Teil der Realität abbildet und somit einen Bezug zu tatsächlichen gesellschaftlichen Gegebenheiten herstellt (vgl. Welt 2023, o.S.).

Bei den tatsächlichen Konsument*innen der Sendung kann anhand der Beteiligung der gängigen Social-Media-Kanäle der Sendung, insbesondere Instagram, verdeutlicht werden, wie die Reaktion auf die Sendung als solche, aber auch spezifische Inhalte ausfällt. Der Instagram-Kanal des Formats hat gegenwärtig 163.000 Abonnent*innen und postet regelmäßig Inhalte. Beispielhaft fallen die Kommentare auf das Posting der neuen Teilnehmer*innen der fünften Staffel vom 02. November 2023 zwiegespalten aus. User*in lichtfluss-photography kritisiert beispielsweise das Erscheinungsbild der Frauen:

„Warum bitte sind so viele Frauen mit gemachten Brüsten dabei? Ist das der neue Standard? Irgendwie wünscht man sich die Zeit zurück, als die Menschen noch natürlicher waren.“ (Instagram 2023, o.S.)

Die Userin eenaeheidelsperger freut sich auf den Unterhaltungsaspekt der Show:

„Liebs wie ich jede Woche beschäftigt werde mit euren Formaten“ (Instagram 2023, o.S.)

Die Kommentare unter einem Instagram-Video vom 24. November 2023, in welchem einer der männlichen Kandidaten den Namen einer weiblichen Kandidatin vergisst, und diese trotzdem zu einer romantischen Handlung überreden will sind sich die Kommentare uneinig. User Stoll_brotherz.s lobt den Kandidaten:

„Martin einfach Maschine, der einzige, der verstanden hat, was sein Job ist.“ (Instagram 2023, o.S.)

Wohingegen Userin mxanaaa sein Verhalten generell als negativ bewertet:

„Er ist wirklich unangenehm. Muss jedes Mal auf stumm schalten, sobald er den Mund aufmacht.“ (Instagram 2023, o.S.)

Diese beispielgebenden öffentlichen Meinungen der Nutzer*innen des Formates zeigen auf, dass in der Rezeption der Show und deren Inhalte bezüglich Normen und Werten ein Diskurs bezüglich der Lebensrealitäten und der eigenen Vorstellungen stattfindet. Dabei tritt die Ambivalenz vorherrschender geschlechtlicher Rollenbilder in dem Maße auf, als dass Abweichungen ebendieser kritisch betrachtet werden, in dem gegebenen Kontext die Perspektive jedoch immer wieder neu ausgerichtet werden muss. Der Unterhaltungsfaktor ist für Konsument*innen dabei vorherrschend, auch wenn die geschlechterbasierten Unterschiede moralischer Grundwerte nach wie vor ein zentrales Thema darstellen. Im Folgenden werden diese medialen Inhalte der Sendung daher aufgegriffen und analytisch evaluiert, um eventuelle Problematiken hinsichtlich Geschlechterstereotype und Sexismus konzentriert herauszuarbeiten.

4.1.2. Vorherrschende Stereotype und Bewertung

Grundsätzlich bedient sich „Are You the One“ verschiedener Geschlechterstereotype, die mit Hilfe einer inszenatorischen Darstellung besonders verdeutlicht werden. Eine Auswahl deutlicher geschlechtlicher Unterschiede werden im Folgenden betrachtet.

Die männlichen* Teilnehmer bedienen äußerlich meist eine klischeehafte Verkörperung des „männlichen Mannes“, der Großteil ist sportlich und sehr muskulös, viele sind großflächig tätowiert. Unterstrichen wird der Look mit sportlichen Klamotten, während der Show wird der Körper häufig fast unbekleidet präsentiert. Die weiblichen* Teilnehmerinnen zeigen sich meist mit viel optischer Verschönerung, in Form von Make-Up, Haar-Extensions, künstlichen Wimpern oder Fingernägeln oder diversen Schönheitseingriffen. Zudem liegen die Körpermaße der Frauen* und Männer* relativ deutlich im normativen Schönheitsbereich. Innerhalb der Sendung ist die Kleidung freizügig, meist wird Badekleidung getragen. Die Selbstoptimierungskomponente der Frauen* durch verschiedene Faktoren nimmt im Sendungsverlauf einen Raum ein und fokussiert die Anforderung an diese zu kontinuierlicher Zurschaustellung der eigenen Körperlichkeit.

Das generelle Auftreten der männlichen Teilnehmer kann als dominant beschrieben werden. Dabei dient das Bewusstsein der Machtposition aufgrund der eigenen Männlichkeit als

Katalysator für eine hohe Selbsteinschätzung hinsichtlich der Stellung in der Gruppe, was dazu führt, dass die Männer* den Konkurrenzkampf kaum zulassen, da „sie nicht vergleichbar mit den anderen wären“. Dieses Auftreten zeigt sich auch in den Interaktionen mit den Akteurinnen. Meist basiert das fundamentale Interesse seitens der Teilnehmer auf optischen Faktoren. Kommt es zu einer Annäherung, etabliert sich schnell ein Anspruchsdenken, die Frau* wäre nun verpflichtet sich ausschließlich mit diesem Teilnehmer zu beschäftigen und eine Abweichung dieser aufgestellten Regel geht oftmals mit folgendem ablehnenden Verhalten seitens des betroffenen Teilnehmers einher. Das gezeigte Verhalten zentriert thematisch die Objektivierung der Frau* und der damit einhergehenden Dominanz des Mannes*, da dieser der Frau* ihre eigene Entscheidung absprechen will.

Die Teilnehmerinnen positionieren sich im Kontext der Sendung oft als untergeordnete Person. Sie reflektieren ihr eigenes Verhalten durchgängig bezüglich Körperlichkeit und Interaktion. Dabei kommt der Charakter der eigenen Schuld immer wieder zu Tage. Die moralische Komplexität wird vor allem dann ersichtlich, wenn die Frauen einerseits versuchen ihre Persönlichkeit unabhängig von geschlechtlichen Rollenbildern zu entfalten, andererseits aber unter dem Druck der konstanten Bewertung durch andere Teilnehmer*innen leiden und sich dadurch immer wieder gezwungen sehen, ihre eigene Rolle im sozialen Gefüge aber eben auch als weibliche* Person zu reflektieren und gegebenenfalls zu korrigieren.

Die Reduzierung der Teilnehmerinnen auf ihren Körper nimmt für diese einen hohen Stellenwert ein. Komplimente bezüglich ihres Körpers stellen eine Wertigkeit dar. Während die Frauen* häufig über eine Anziehung anhand charakterlicher Merkmale berichten, stellen die Männer oftmals die Körperlichkeit der Akteurinnen heraus und bewerten diese als positiv.

Die soziale Interaktion innerhalb der männlichen Gruppe wird meist als harmonisch präsentiert, Konflikte entstehen höchstens in kleinen Machtkämpfen und klären sich schnell indem eine Lösung unter den Männern austariert wird bei der die Entscheidung der Frau oft keine Rolle spielt, was die übergeordnete soziale Rolle des Mannes verstärkt. Die mediale Darstellung der Frauen* bedient sich der sozio-kulturellen Stereotypisierung dieser als sehr emotional, schwierig in einer weiblichen Konstellation und oftmals hilfebedürftig. Obwohl auch die Frauen untereinander zumeist harmonisch sind, werden Konflikte häufig dramatisiert und das Konkurrenzverhalten herausgestellt.

Die Stereotypisierung der Geschlechter und zugleich patriarchalische Machtstellung der männlichen* Teilnehmer wird medial aufbereitet und unterliegt in der Darstellung geltenden Werten und Normen um Klischees zum Unterhaltungszweck zu nutzen.

Ein Beispiel zeigt ein Gespräch zwischen der Teilnehmerin Dorna und dem Teilnehmer Marvin. Im Zuge des Gespräches werden Interviewausschnitte seitens Marvin eingeblendet, indem er

betont, dass er alle Blondinen gut fände und demnach auch Dorna. Daraufhin sprechen sie über ihre Präferenzen bezüglich des anderen Geschlechts. Marvin erwähnt er stehe auf den Typ „Prinzessin“. Dorna erwidert, sie sei eine Prinzessin und zusätzlich „voll der Albtraum für alle Feministen“. Im Interview bezeichnet Dorna Marvin als Prinzen und wirkt von dem Gespräch positiv affektiert. Nachdem sich Dorna selbst als nicht anständig charakterisiert und für sich selbst die Titulierung „Schlampe“ wählt, entscheidet Marvin im Interview, dass Dorna sein „Spaßtyp“ wäre, jedoch kein „Beziehungstyp“, da sie zu wenig Lady sei (vgl. Are You the One 2023, 13:22). Diese Situation verdeutlicht die soziale Stellung der Geschlechter innerhalb der Sendung. Dorna versucht herauszufinden, welcher Typ Frau Marvin anspricht und versucht sich im Folgenden entlang seiner Präferenzen zu präsentieren, was sie in eine untergeordnete Rolle bringt. Gleichmaßen nutzt sie aber auch ihre Körperlichkeit um eine Offenheit aufzuzeigen und somit als verfügbar zu gelten. Die Betonung des charakterlichen Stereotyps der Prinzessin soll ihr in dieser Lage bei einer Annäherung an Marvin helfen. Dieser sieht sich im Gespräch in der ermächtigten Position und erfragt verschiedene Persönlichkeitsmerkmale, anhand welcher er Dorna bewertet. Dabei folgt eine umgehende Bewertung dieser. Der stereotype Charakter des männlichen Bestimmers wird somit deutlich, Marvin führt das Gespräch und deutet anhand Dornas Aussagen, ob eine Beziehung denkbar ist. Letztendlich verneint er dies, da sie Marvins Meinung nach, durch ihre sexuelle Offenheit, nicht dem traditionellen Rollenbild einer Partnerin entspricht. Durch seine Präferenz aller blonden Frauen* im Format wird erkennbar, dass er besonderen Wert auf eine körperliche Anziehung legt, ergo augenscheinlich Frauen* auf deren Körperlichkeit reduziert.

Geschlechterstereotype Unterschiede im Dating-Verhalten sind hier demnach zu erkennen, weil die Frau* versucht in besonderem Maße feminines Verhalten zu zeigen, der Mann* in der urteilenden Rolle ist und die nicht-stereotypen fraulichen Eigenschaften ablehnt. Dies ist als problematisch zu werten, da es die Akteurin in ihrer Persönlichkeit einschränkt und der Erfolg einer möglichen Partnerschaft mit einer möglichst akkuraten Erfüllung gesellschaftlicher Vorgaben angemessener weiblicher Stereotypen verbunden ist. Der Akteur hat die herrschaftliche Position und kann folgend über diese Faktoren bestimmen, was seine Machtposition manifestiert und ihn in seinem Verhalten bestärkt.

4.1.3. Vorstellungen und Sexismus

Die romantischen Vorstellungen der Kandidat*innen sind vielfältig. Während ein durchgängiges Interesse an einer romantischen Beziehung vorherrschend ist, liegt das Augenmerk der meisten männlichen* Akteure zudem auch auf einer sexuellen Interaktion mit den Akteurinnen. Diese wirken aufgrund der Außenwirkung und der vermeintlich negativen Bewertung in der

Folge einer sexuellen Beziehung innerhalb der Sendung deutlich gehemmt bezüglich der Thematik und konzentrieren sich vorrangig auf das Finden eines romantischen Partners. Die Intentionen der Männer* akzeptieren sie zumeist.

In der zu betrachtenden Situation während eines Einzeldates zwischen den Teilnehmer*innen Dorna und Marvin will der Kandidat die Kandidatin küssen. Als sie dies ablehnt, reagiert er im Interview mit Unverständnis:

„Man geht hier auch hin um ein bisschen Spaß zu haben und dann kann man seine Prinzipien auch zu Hause lassen und ähm, ja ganz ehrlich ich glaub ich werd die Dorna aber trotzdem noch knacken, also Prinzipien hin oder her.“ (Are You the One 2023, 06:33)

Im folgenden Gespräch erklärt Marvin Dorna, warum er glaubt sie seien ein Perfect Match, da sie „eine Lady und Prinzessin sei“, was er süß fände. Sie ist weiterhin vorsichtig, da sie Angst hat verletzt zu werden und sich von ihrem Date-Partner eine monogamische Bekundung bezüglich des Kennenlernens wünscht, bekundet aber ihre Zuneigung. Im nächsten Interviewausschnitt erzählt Marvin:

„Hier sind genug hübsche Frauen und wenn da nicht bald was kommt, dann werde ich auf jeden Fall auch bisschen wieder nach links und rechts schauen.“ (Are You the One 2023, 21:10).

Diese Szene bezeichnet in aller Deutlichkeit die Ambivalenz der Kandidatinnen im Dating-Kontext und die sexistischen Ideologien der Kandidaten. Aus der weiblichen Perspektive soll vor allem die eigene Rezeption in der öffentlichen Wahrnehmung geschützt werden, da schnell eine Abwertung aufgrund frühzeitiger sexueller Handlungen erfolgen kann. Zusätzlich wird die weibliche Sozialisation anhand romantischer Vorstellungen begründet. Dorna will die einzige Frau sein, deren Marvins Interesse gilt, da sie ihren Wert vom männlichen Interesse abhängig macht. Marvin hat eine andere, nicht romantisch geprägte, Perspektive. Sein Interesse scheint rein körperlich begründet, er zeigt ein sexuelles Interesse an der Kandidatin und definiert Dorna als austauschbares Objekt. Somit reduziert er sie auf einen körperlichen Aspekt und sexualisiert sie. Der Sexismus ist durch diesen Umstand erkennbar und führt zu einem diskriminierenden Verhalten seitens Marvin gegenüber Dorna, da er ihre Gefühle und Empfindungen abwertet und seine überlegene Position zum eigenen Vorteil ausnutzt. Diese Situation steht beispielhaft für eine kontinuierliche Reihe an problematischen Verhaltensweisen, die Kandidaten gegenüber Kandidatinnen zum Ausdruck bringen und an deren untergeordnete Rolle entlang gesellschaftlicher Vorstellungen appellieren.

4.2. Temptation Island

4.2.1. Format und Rezeption

Eine andere Art von Beziehungs- und Datingshow stellt das Format „Temptation Island – Versuchung im Paradies“ dar. Die Reality-Sendung entspringt dem US-Format mit gleichem Namen aus dem Jahr 2001 und wird seit dem 03. März 2019 auf dem Streaming-Anbieter RTL+ ausgestrahlt und zählt seitdem fünf Staffeln mit jeweils zwölf Folgen und einer Wiedersehensshow. Auch hier gibt es einen Ableger namens „Temptation Island VIP“ mit 4 Staffeln und jeweils zehn Folgen und einer Wiedersehensshow, bei dem die Kandidat*innen bereits in anderen Reality-Formaten aufgetreten sind. Konzept der Show ist die räumliche Trennung vier heterosexueller Paare und deren zweiwöchiger Verbleib in einer Villa in einer paradiesischen Umgebung. In dieser Villa sind außerdem circa 12 jeweils andersgeschlechtliche Singles, die den Auftrag bekommen die vergebenen Individuen zu verführen und folglich deren Untreue festzustellen. Die Paare haben im Zuge der zweiwöchigen Trennung keinen Kontakt und verfolgen die Handlungen der jeweils zugehörigen Partner*in lediglich über audio-visuelle Ausschnitte bei den sogenannten „Lagerfeuern“, welche durch eine Moderatorin begleitet werden. Hier werden zumeist Szenen genutzt, die entweder die zutreffende Partner*in in Situationen zeigen, die in einem normativen Beziehungskonstrukt oft kritisch betrachtet werden, oder es werden, oft negative, Aussagen über die eigene Beziehung dargestellt. Zweck ist das Herbeirufen von Konfliktsituationen seitens der Produktionsebene und die Überprüfung der eigenen Beziehung seitens der Teilnehmer*innen. In einem finalen „Lagerfeuer“ treffen die Paare wieder aufeinander und diskutieren Gesehenes, genauso wie den gegenwärtigen Beziehungsstatus (vgl. Rheinische Post 2023, o.S.).

Die Quoten der Sendung hielten sich seit Start relativ stabil. Nach Angaben der RTL-Media-Group war „Temptation-Island“ die am drittmeisten gesehene Sendung des Streaming-Anbieters im Jahre 2023 (vgl. RTL 2023, o.S.).

In der medial-öffentlichen Rezeption erfährt das Reality-Format eine kritische Betrachtung, wobei insbesondere moralische Fragen hinsichtlich Niveaus und Körperlichkeit gleichermaßen mit Fragen der unterschiedlichen Betrachtung der Vorstellungen und Verhaltensweisen, basierend auf Geschlechtlichkeit, aufkommen.

Der Spiegel Kultur greift zum Beispiel das inhaltliche Konzept auf und stellt dieses extrem sarkastisch dar. So wird der Beziehungstest eines Pärchens mit Auswanderungswunsch mit einer Gruppe reisender Meerschweinchen, die eine Schlangeninsel besuchen, verglichen, um die Sinnlosigkeit zu verdeutlichen. Weiterhin kommt die Autorin nicht umhin, traditionelle Geschlechterstereotype, die in der Sendung reproduziert werden, aufzugreifen:

„Da ist sie wieder, die hier auf den ersten Blick nur dümmlich-ärgerliche, tatsächlich aber brandgefährliche Idee, Männer könnten sich nun mal nicht gegen ihre Triebe wehren, sie seien eben so, und Frauen müssten darum eben selbst sorgfältig drauf achten, sie nicht zu reizen.“ (Rützel, 2019 o.S.)

Vock von web.de kritisiert das Format bezüglich des Niveaus und stellt im Fazit negativ heraus, dass die Show eine Herausforderung der eigenen Intelligenz sei und die Sendung von Beginn an „Betriebstemperatur“ habe (vgl. 2020 o.S.).

Auch hier kann eine Betrachtung der Nutzer*innenrezeption anhand der Kommentarfunktion des Instagram Social-Media-Kanals mit bis dato 187.000 Abonnent*innen erfolgen.

Deutlich wird hier eine klare moralische Haltung der Zuschauerschaft unter einem Post vom 8. Juni 2023, der einen Teilnehmer, der seine Partnerin mit einer Verführerin betrogen hat, mit ebendieser zeigt. Dabei wird insbesondere auch die Verführerin negativ bewertet. Userin Nadine_booklove schreibt:

„Liebe Siria, ich wünsche dir, das Nico das gleiche mit dir abzieht, was DU mit ihm, Sarah angetan hast. Unglaublich das Verhalten und dann noch in die Kamera weinen, wie schlecht es dir geht. Lächerlich.“ (Instagram 2023 o.S.)

Userin Minas_little_world urteilt über den Teilnehmer:

„So unterkühlt wie er reagiert hat, wird das vermutlich nicht der erste Seitensprung gewesen sein. Er wirkt total abgebrüht und es juckt ihn gar nicht, was er seiner eigentlich bis zu diesem Tag noch Freundin angetan hat! Erschreckend.“ (Instagram, 2023 o.S.)

In einem anderen Post vom 22. Juni 2023 wird ein Konflikt eines mittlerweile getrennten Pärchens gezeigt. Der Großteil der Kommentare bezieht sich auf die Doppelmoral der Teilnehmerin und die emotionale Affektivität der Zuschauer*innen wird deutlich. User*in Alessio.fso beurteilt:

„Ich schwöre Charline will nur fame man merkt das doch.“ (Instagram, 2023 o.S.)

Userin Tut_so_als_waere_ich_nicht_da reagiert sehr emotional auf die Szene:

„Sorry aber dass Charline fremd gegangen ist wird überhaupt nicht thematisiert ??? Wieso ?? Weil sie eine Frau ist?? Alle rede über Adrian obwohl er nicht fremd gegangen ist ??? Was eine verkehrte Welt und das ich als FRAU !!!! Peinlich einfach !! Aber gut zu sehen dass Adrian jetzt in einer glücklichen Beziehung ist während Charline sich ihre Lippen aufspritzt“ (Instagram, 2023 o.S.)

Diese Kommentare in den sozialen Medien machen deutlich, dass das Gesehene die eigenen moralischen Grundsätze berührt und die Zuschauer*innen die medialen Inhalte in ihre eigene Lebensrealität integrieren. Dass traditionelle Geschlechterrollen dabei nach wie vor stattfinden und die individuelle Sozialisation beim Medienkonsum durchaus eine Bewandnis hat, wird durch Diskussionen im Kontext der sozialen Medien hervorgebracht. Durch eine genauere Betrachtung der medialen Darstellung dieser Vorstellungen und Realitäten im Folgenden kann die Problematik aufgezeigt werden.

4.2.2. Vorherrschende Stereotype und Bewertung

Die Pärchen spiegeln zumeist ein stereotypisches Bild des Reality-TV wider. Die männlichen* Teilnehmer präsentieren sich als besonders maskulin hinsichtlich der eigenen Körperlichkeit, in Form einer oftmals muskulösen Figur und vielen Tätowierungen.

Die weiblichen* Kandidatinnen scheinen einen großen Wert auf eine optimierte Körperlichkeit zu legen, die Selbstoptimierung beschränkt sich hier aber zum Teil nur auf Make-Up, Haarstyling, künstliche Wimpern und Fingernägel und einen bedachten Kleidungsstil, der auf eine Urlaubsatmosphäre ausgerichtet ist. Trotzdem kann hier eine gewisse Natürlichkeit attestiert werden.

Weiterhin ist die Präsentation der vermeintlichen Verführer*innen eine Inszenierung von Weiblichkeit* und Männlichkeit* als duale Geschlechtlichkeit. Die Verführer treten selbstbewusst auf und sind vom äußerlichen Aspekt betrachtet relativ homogen, da sie größtenteils dem typischen Bild von Männlichkeit* entsprechen. Gleichzeitig kann das Auftreten der Verführerinnen als stereotypisch weiblich* beschrieben werden. Auch hier liegt ein erhöhter Fokus in der Körperlichkeit, die Kleidung ist eher freizügig und auch hier kommt es zu Selbstoptimierungsprozessen durch Make-Up, Haar-Styling, künstliche Wimpern und Nägel. Die Reduzierung dieser beschriebenen Körperlichkeit durch die Kandidaten wird von den Verführerinnen nicht problematisiert, sondern eher gefördert, was auf die untergeordnete Rolle der Frau* in einem zweigeschlechtlichen Konstrukt schließen lässt. Der Umgang der Verführer mit den Kandidatinnen bewegt sich dagegen viel mehr auf einer emotionalen Ebene. Das stereotype Bild der emotional-erreichbaren Frau* wird hier begünstigt und gleichermaßen durch den Verführer gespiegelt, der aus seiner herrschaftlichen Machtposition auf die Situation reagieren kann, um sein Vorhaben zu erreichen. Damit kommt es zu einer medialen Reproduktion der deutlichen Unterschiede zwischen Frau* und Mann* aufgrund geschlechtsbasierter Merkmale.

Im partnerschaftlichen Umgang miteinander wird der Stereotyp der Wärme und Kompetenz sichtbar gemacht (siehe Kapitel 2.1). Während die Kandidat*innen oftmals aufgrund der belastenden Trennungssituation bei der Verabschiedung extrem emotional reagieren und ihren Partnern die eigenen Ängste mitteilen, reagieren diese meist eher kühl oder trösten die Partnerinnen lediglich. Dies inszeniert somit die Frau* als gefühlsbetonten Part, der impulsiv und gefühlsgeleitet agiert, und den Mann* als abgeklärten, unterkühlten Partner, wodurch dieses Rollenbild reproduziert und für die Konsument*innen kognitive Aneignung in der Konsequenz bedeuten kann.

Ein signifikanter Unterschied besteht zudem in der emotionalen Auslegung der Erfahrung innerhalb der Show. Die Männer* betonen häufig, sie würden die Zeit genießen und wünschten dies auch für ihre Partnerinnen, diese sind oft in einer dauerhaften Anspannung und reflektieren grundlegend ihr eigenes Verhalten, aber auch das Verhalten des Partners. Diese Situation steht bezeichnend für eine stereotype Selbst- und Fremdwahrnehmung. Während die Kandidatin eine stetige Selbstreflexion ihres Selbst im Bezug auf die öffentliche Wahrnehmung vornimmt und gleichzeitig die moralischen Grenzen des Partners hinterfragt und bewertet, ist dieser mehr auf das eigene Wohlempfinden konzentriert und fühlt sich in vielen Szenarien am Meisten in seiner Männlichkeit* bedroht oder respektlos behandelt.

Zudem zeigen sich stereotypisch geprägte geschlechtliche Unterschiede in der Bewertung gezeigter Inhalte der/des Partner*in, insbesondere im Zuge des Lagerfeuers. Hier ist die Reaktion der Frauen* zum einen mit einer extrem emotionalen Komponente verbunden, zum anderen wird in Szenen der Interaktion zwischen dem Partner und einer Verführerin dieser oft eine Mitschuld am Unglück bezüglich der Krise in der Partnerschaft durch die Bilder gegeben. Damit bestätigt sich der Stereotyp der zueinander in Konkurrenz stehenden Frauen*, deren Bestreben es ist einem Mann* zu gefallen gleichermaßen damit sich über der jeweils anderen Frau* zu positionieren. Die Partner bewerten zumeist Situationen negativ, die die eigene Männlichkeit* bedroht, beispielhaft in Form einer schlechten Auswertung der Beziehung durch die Partnerin, indem diese dem Mann* besonders maskuline Attribute abspricht. Kommt es zu einer Interaktion zwischen Partnerin und Verführer wird diesem verstärkt die Kompetenz abgesprochen, was eine eigene Aufwertung bedeutet. Zusätzlich appellieren die Kandidaten häufig an moralische Werte der Partnerinnen, die eng an gesellschaftlich-geschlechtliche Normen- und Wertevorstellungen geknüpft sind. Dabei steht das Bewahren der eigenen Position immer wieder im Fokus, die eigene Machtposition soll geschützt werden.

Eine beispielhafte Szene aus einer Situation während des „Lagerfeuers“ wird im Folgenden dargelegt. In dieser bekommen die Kandidatinnen verschiedene Ausschnitte ihrer Partner in Interaktion mit den Verführerinnen vorgeführt. Die Männer* lassen engen Körperkontakt mit

diesen, in Form von Tanzen oder eincremen, zu und wirken sichtlich erfreut. Die Reaktion der Partnerinnen verhält sich entsprechend entgegengesetzt. Als die Kandidatin Tatum Bilder ihres Partners Louis erhält, wie dieser einen „Lapdance“ erhält reagiert sie entsetzt:

„[...] wenn der jetzt nen Ständer hat, dann raste ich aus [...] jetzt lern ich nochmal ne neue Seite von ihm kennen [...] die Frauen gehen halt einfach so ran und wenn sie weiter sich auf seinen Schoß setzt, ihn antwerkt, keine Ahnung [...] (Temptation Island 2023, 53:50).

Während der Vorführung einer Szene der Männer* und Verführerinnen auf einem Partyboot ist die emotionale Aufgebrachttheit der Frauen sichtbar:

„[...] egal in welchem Bild ich ihn gesehen habe, er war nur mit dieser komischen [...] anscheinend habe ich ihn falsch eingeschätzt (Temptation Island 2023 38:46).

Die Kandidatinnen hinterfragen hier kontinuierlich die moralischen Vorstellungen ihrer Partner und bewerten gleichzeitig das Verhalten der Verführerinnen negativ. Sie betonen dabei oftmals, dass sie eine andere Vorstellung hinsichtlich des Verhaltens des Gegenübers erwartet hätten, mitbeschuldigen die andere Frau* aber auch und werten diese damit ab. Es wird erkennbar, dass die misogynen Verhaltensweisen der Männer* die Frauen* affektieren, aber keine unmittelbare Konsequenz, wie eine Trennung, erfolgt. Durch die Mitbeschuldigung der Verführerinnen wird das Verhalten der Männer zum Teil entschuldigt, was den Stereotyp des „triebgesteuerten“ Mannes* begünstigt, der nur ein Opfer seiner Umstände ist. Aufgrund der emotionalen Herangehensweise reproduziert die Show das Klischeebild der vulnerablen Weiblichkeit* und der Frau* als schwächeres Geschlecht, was zudem die eigene Zufriedenheit in Korrelation mit einer funktionierenden Beziehung setzt.

Die Auswahl der benannten medial inszenierten Geschlechterstereotype zeigt auf, dass traditionelle Rollenbilder auch noch in medialen Formaten ihre Anwendung finden und somit für einen Unterhaltungswert sorgen sollen. Problematisch ist der Umstand, dass den jeweiligen Geschlechtern somit eine Wertung zugesprochen wird und lediglich ein gewisser Teil des geschlechtlichen Spektrums beleuchtet wird. Die reale geschlechtliche Vielfalt wird in diesem Format kaum eine Rolle und läuft damit Gefahr stereotype Bilder zu reproduzieren, die eine negative Auswirkung auf alltägliche Vorurteile und folgend auch Handlungen nach sich ziehen können.

4.2.3. Vorstellungen und Sexismus

Es fällt auf, dass als häufiges Motiv der Teilnahme an der Sendung ein vorheriger Vertrauensbruch innerhalb der Beziehung genannt wird, der zumeist von den männlichen* Teilnehmern

ausgang. Dieser Vertrauensbruch geht bei den weiblichen* Teilnehmern häufig mit Selbstzweifeln und einer schlechteren Wahrnehmung der Beziehung einher. Die romantische Vorstellung der Monogamie wird durch den Umstand bedroht, dass der Partner nicht treu sein kann. Dies ist eine häufige mediale Darstellung die genutzt wird, um die Partnerin als emotional abhängig zu präsentieren. Der Mann wird hier als der Bestimmer positioniert, der zwar etwas beweisen will, dazu aber auch die Handlungsfähigkeit erhält. Die Partnerinnen nehmen dabei die Stellung der Bewertenden ein, sind aber oft machtlos. Indem sich die Teilnehmer oft über moralische Grenzen und Abmachungen des vorliegenden Beziehungskonzeptes hinwegsetzen und diese im Nachhinein nach eigenem Ermessen ausrichten, bringen sie patriarchalische Strukturen zum Ausdruck, die ihnen erlauben eine deutlich freiere Auslegung der vorher besprochenen Regeln zu bestimmen. Anhand der männlichen* Machtposition und des daran ersichtlichen Verhaltens in der Show wird verdeutlicht, dass Frauen* keinerlei Gleichstellung erfahren. Vielmehr kommt eine doppelte Diskriminierung zutage. Die Kandidatinnen werden bei gleichem Verhalten gehäuft viel negativer bewertet, es ist erkennbar, dass hier gesellschaftliche Normen greifen die als Maßstab dienen, und nehmen sich aufgrund dieser öffentlichen Meinung eher zurück. Die Verführerinnen werden aufgrund ihres, im Sinne der Show geforderten, Verhaltens in gleichem Maße von den Kandidatinnen, als auch in der öffentlichen Meinung, teils auch sehr unsachlich, kritisiert, da sie als Bedrohung der romantischen Vorstellung einer monogamen Beziehung gesehen werden. Der Umkehrschluss ist hier nun, dass obwohl im Format die Beziehung auf beiden Seiten getestet werden soll, der Spielraum für die männlichen* Teilnehmer weitaus freier gestaltet werden, was durch ihre herrschaftliche Position auch in ihren Beziehungen, bestärkt wird. Die Teilnehmerinnen sind in ihrer Entfaltung eingeschränkt und befürchten bei einer Abweichung der normativen Vorstellungen abgelehnt zu werden.

Die bereits besprochene Reduzierung der Frau* auf ihre Körperlichkeit stellt den medial repräsentierten Sexismus im Bereich der Sendung dar. Insbesondere die männliche Perspektive kommt hier zu Tage. Die Verführerinnen setzen vermehrt auf das Einsetzen des eigenen Körpers, was die Kandidaten als extrem positiv bewerten. Das vermeintliche Herabsetzen im Sinne der Objektifizierung der Frau* als ausschließlich sexuelles Wesen wird dabei akzeptiert und sogar selbstständig gefördert, um den Unterhaltungswert der Show voranzutreiben. Das sexistische Motiv der Frau* als rein sexuelles Objekt ist hier klar zu erkennen. Die männlichen* Verführer verfolgen eine andere Strategie und versuchen eine emotionale Verbindung aufzubauen. Indem sie sich von sexistischen Ideen entgrenzen, hoffen sie den Frauen* eine Vorstellung der vulnerablen, zugänglichen Männlichkeit* zu vermitteln. Da jedoch in den Interviews immer wieder Bemerkungen seitens der Verführer gemacht werden, die vermitteln, dass der reine Zweck das „Knacken der Frau“ wären oder das gemeinsame Schlafen in einem Bett,

mutet sich hier ein sexistischer Grundgedanke an, der dem Näherkommen einer Kandidatin hier einem Spiel gleicht. Der Mann* erhält die ermächtigte Position des Spielers, mit der Frau* als Preis. Die Frauen* als abhängiges Geschlecht nehmen diese Aufmerksamkeit positiv wahr, da sie ihrer romantischen Vorstellung entsprechen.

Eine beispielhafte Szene zeigt eine Party, die die Verführerinnen für die Männer gestalten. Die Szenerie ist auf eine rein körperliche Darstellung ausgelegt, es kommt zu mehreren körperlichen Interaktionen, Tanzen oder ablecken von Körperteilen, dabei sind die Verführerinnen sehr freizügig gekleidet und lassen körperliche Nähe der Kandidaten zu. Die Frauen* unterliegen hier einer kompletten Objektifizierung, die nur dazu dient die Stimmung der Männer* zu steigern. Diese nehmen die angebotenen Möglichkeiten wahr und lassen die körperliche Nähe zu. Verdeutlicht wird hier der Grundgedanke, Männer* könnten der Körperlichkeit der Frauen* nicht widerstehen. Dem vermeintlichen Bild der emanzipierten Frauen*, die ihre Körperlichkeit nutzen steht ein sexistischer Grundgedanke entgegen, der ebendiese als Alleinstellungsmerkmal der Verführerinnen herausstellt.

In einem weiteren Beispiel kommt es auf einer Party in der Villa der Frauen zu einer Interaktion zwischen Kandidatin Charline und Verführer Niklas. Sie erklärt:

„[...] und er zeigt halt auch Interesse, also er guckt halt immer wie es mir geht und so und das brauch ich halt grad [...] (Temptation Island 2023, 35:58).

Niklas erklärt im Interview:

„[...] in den nächsten drei bis vier Nächten schlaf ich bei ihr im Bett. Top, die Wette gilt, ok? [...]“ (Temptation Island 2023, 36:25).

Diese Situation belegt den oben genannten Umstand der zweideutigen Intention, die Frauen* und Männer* verfolgen. Charline befindet sich in einer schwierigen persönlichen Lage und braucht vor allem emotionale Unterstützung, da ihre romantische Vorstellung grade nicht erfüllt wird. Niklas hat ein spielerisches, möglicherweise auch sexuelles, Interesse. Er nutzt hier aber einen emotionalen Zugang um eine Verbindung zu Charline aufzubauen. Diese Herangehensweisen stehen sinnbildlich für die geschlechterbasierte Rollenverteilung und damit auch Wertevorstellungen. Dass Niklas diese Intentionen öffentlich machen kann, ohne eine negative Konsequenz erfahren zu müssen, ergibt sich aus seiner ermächtigten Position aufgrund seines Geschlechts. Charline erklärt ihre Interaktion mit einer Vulnerabilität, da sie eine Begründung für das Zulassen dieser emotionalen Verbindung braucht. Tut sie dies nicht kann die Konsequenz in einer diskriminierenden Rezeption aufgrund ihrer geschlechtlichen Rollen entlang der gesellschaftlichen Normativität münden.

Sexistische Vorstellungen und Handlungen liegen in diesem Format in diverser Form vor. Im besonderen Maße wird hervorgebracht, dass die Frauen* in der Sendung ihr Verhalten einer gegenwärtigen Vorstellung der Weiblichkeit* anpassen müssen, da sie ansonsten in größere Gefahr laufen als Konsequenz aufgrund ihres geschlechteruntypischen Verhaltens diskriminiert zu werden. Die Männer zeigen hier ein ambivalentes Verständnis auf. Sie setzen einen eigenen Maßstab im Bezug auf das eigene Verhalten fest, die Partnerinnen werden aber strenger bemessen. Dabei kommt ein kognitives Verständnis von angemessenem Verhalten aufgrund der eigenen Geschlechtlichkeit zutage, was von den männlichen Teilnehmern bestimmt wird. Die Zurschaustellung geschlechtsspezifischer Ungleichheit wird also nicht nur gegeben, sondern auch akzeptiert. Dies zeigt eine fortwährende Problematik der fehlenden geschlechtlichen Gleichstellung im medialen Diskurs auf, der dafür sorgt, dass die mediale Darstellung von Frauen* und deren Verhaltensweisen in der breiten Öffentlichkeit nach wie vor Ungleichbehandlung bestärkt und die Handlungsfreiheit der Frauen* im eigenen Sinne einschränkt.

5. Anregungen für ein medienpädagogisches Praxisprojekt gegen Geschlechterstereotype und Sexismus

5.1. Medienpädagogik Definition und Aufgaben

Der Medienpädagogik liegt die Zuschreibung einer wissenschaftlichen Disziplin zugrunde, die sich vor einem pädagogischen Hintergrund mit verschiedenen medialen Inhalten, sowie Medientechniken beschäftigt. Dabei werden erzieherische und didaktische Bereiche fokussiert und somit einerseits der Umgang mit Medien, als auch Lehre und Lernen mit einbezogen (vgl. Baacke et. al. 1997, zit. Nach Echle 2022, o.S). Basierend auf theoretischen Zugängen der Medien- und Kommunikationswissenschaft formiert sich die Wissenschaft und definiert Kontexte pädagogisch-medialer Natur. Die medienpädagogische Wissenschaft weist verschiedene Referenzen zu anderen Forschungsfeldern auf. Hierzu gehören die Medien- und Kommunikationswissenschaft, die Wissenschaft der Psychologie und Soziologie, zudem anteilig die Wissenschaft der Politikwissenschaft und der Philosophie (vgl. ebd).

Der wissenschaftliche Begriff der Medienpädagogik wurde in den 1960er Jahren im Zuge der Forschung an medialen Masseninhalten etabliert. Dies war besonders dienlich für die Zusammenführung der Bereiche Medien und Pädagogik. Zunehmend bekam die wissenschaftliche Disziplin eine kritische Haltung hinsichtlich Medien und Kultur, da theoretische Ansätze, beispielhaft Adornos Kulturindustriekritik, einen kritischen Ansatz wählten um die voranschreitende Werbeindustrie zu betrachten (vgl. Kergel 2023, 7). Demnach zielte der

medienpädagogische Zugang auf die Vermittlung der Kompetenz einer kritischen Auseinandersetzung seitens der Mediennutzer*innen hinsichtlich medialer Inhalte ab (vgl. ebd).

In den 1970er und 1980er Jahren bildete sich ein neuer wissenschaftlicher Ansatz entlang der Einführung des Privatfernsehens in Deutschland. Diese ermöglicht der Wissenschaft eine handlungs- und produktionsorientierte Perspektive zu entwickeln. Diese emanzipatorische Komponente des Medienhandelns erlaubt ein zusätzliches aktives Handeln und Mitbestimmen der Nutzer*innen und bedeutete zeitgleich eine Emanzipierung der Medienpädagogik, die es der Wissenschaft möglich machte sich als selbstständige Disziplin zu etablieren und eigene Forschungsfelder zu entwickeln (vgl. Kergel 2023, 9).

Mit der Zugänglichkeit des Internets für Privathaushalte und zur kommerziellen Nutzung erfuhr die Medienpädagogik eine verstärkte Einbindung in den wissenschaftlichen Diskurs, da besonders die Begrifflichkeit der Medienkompetenz aufgrund neuer digitaler Möglichkeiten an Wichtigkeit gewann (vgl. Kergel 2023, 12). Medienkompetenz bezeichnet einen sicheren Umgang mit medialen Inhalten und Techniken. Hierbei werden erworbene Befähigungen beschrieben, die eine Aneignung neuer medialer und digitaler Techniken und Kontexte möglich machen (vgl. Tulodziecki, 2015, zit. Nach Kergel 2023, 12). Dieter Baacke entwickelte ein „Medienkompetenzmodell“ um zu verdeutlichen, welche Kompetenzen notwendig für einen sicheren Umgang mit Medien, im Sinne des medienpädagogischen Handelns unter Beachtung bewahrpädagogischer und medienkritischer aber auch handlungs- und produktionsorientierter Aspekte, sind. Die vier Faktoren umfassen die Medienkritik, Medienkunde, Mediennutzung und Mediengestaltung. Mittlerweile bildet das Modell nach Baacke einen festen Bestandteil der heutigen medienpädagogischen Wissenschaftsdisziplin (vgl. Kergel 2023, 12f.).

Der Begriff der Medienerziehung erfuhr innerhalb des Forschungsfeldes immer wieder einer Neuausrichtung hinsichtlich der zunehmenden Digitalisierung. Ein kompetenter und kritischer Umgang mit Medien lässt sich als Kernziel definieren. Dabei ist eine praktisch-orientierte Handlungsweisung angestrebt, in welcher besonders die Zugänglichkeit von Learning-Tools einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden soll (vgl. Kergel 2023, 18f.).

Die Aufgaben der Medienpädagogik gestalten sich aufgrund des digitalen Wandels dynamisch und vielfältig. Grundsätzlich besteht die zentrale Aufgabe in der Bildung und Erziehung und der Lehre im Bereich der Medien (vgl. Hugger/Steffens 2021, 2). Aufgrund der stetigen Erneuerung medialer und digitaler Prozesse liegt die Herausforderung darin, „medienpädagogische Kernkompetenzen“ auszuarbeiten, die einer zeitlichen Stabilität, genau wie einer Mehrdimensionalität und einer Konvergenz an mediale Umstrukturierungen, entsprechen (vgl. Hugger/Steffens 2021, 5). Die Handlungsweisungen medienpädagogischer Professioneller beinhalten demnach einerseits den Erwerb eigener Kompetenzen in medialen und pädagogischen

Bereichen und andererseits die Vermittlung ebendieser an Klient*innen. Dies bedeutet in der professionellen Praxis eine Abdeckung mehrerer Arbeitsweisen. Dazu gehört das Anerkennen der Bedeutung von Digitalisierung und Medien für die gegenwärtige gesellschaftliche Struktur und somit auch das Handeln der Medienpädagogik. Weiterhin eine Planung, Evaluierung und Weiterentwicklung gegebener Angebotsformen und Projekte, die für Lehre und Lernen genutzt werden, unter Berücksichtigung des vorherig genannten Faktors. Zudem eine beratende und erziehende Tätigkeit mit Rückbezug auf Medien und Digitales vorzunehmen. Anhand der zu beachtenden Faktoren ist eine kontinuierliche Verbesserung der Rahmenbedingungen institutioneller Vorgänge für die Medienpädagogik als Wissenschaft von hoher Bedeutung (vgl. Hugger/Steffens 2021, 5).

Medienpädagogik ist demnach als ambivalente handlungsbezogene Wissenschaft zu verstehen, die einerseits aufgrund der kritischen Haltung der zunehmenden Digitalisierung rund um Medien und mediale Inhalte pädagogische Medienkompetenzen, die eine allumfassende Sichtweise auf Vor- und Nachteile bezüglich von Medieninhalten bieten, an Klient*innen vermitteln soll. Andererseits besteht die Herausforderung hier auch darin die Medien als Arbeitstool pädagogisch einzusetzen und mit Hilfe neuer Technologien und medialer Kontexte, die gleichermaßen auch Möglichkeiten der Aneignung neuer Fähigkeiten bieten, den Klient*innen eine bessere Teilhabe zu ermöglichen. Dabei ist eine stetige Bezugnahme auf dynamische gesellschaftlich-digitale Wandlungsprozesse unabdingbar, da die Wichtigkeit medialer Angebote und der Etablierung ebendieser in das alltägliche Leben aller, auch in den wissenschaftlichen Diskurs Einzug gehalten hat.

5.2. Voraussetzung und Idee für ein Praxisprojekt zum Thema Medienkompetenz

Das Thema Geschlecht in der Medien- und Kommunikationswissenschaft ist auch für den Forschungsbereich der Medienpädagogik als bedeutsamer Faktor zu verstehen. Die Hervorhebung vorherrschender medialer Inszenierungen geschlechtlicher Stereotypen ist folglich ein strategisches Handlungsziel der Profession. Innerhalb der geschlechterreflektierenden Medienpädagogik ist die Integration relevanter Forschungsergebnisse hinsichtlich der bestehenden Problematik von wesentlichem Interesse, um der medialen, aber auch der gesellschaftlichen Diskriminierung von Mädchen* und Frauen* entgegenzuwirken (vgl. Götz 2002, 2). Anhand der Forschungsergebnisse der Mediennutzung von weiblichen* und männlichen* Personen in der Medienpädagogik können so Korrelationen in der individuellen und kollektiven Nutzung in Bezug auf sozio-kulturelle Prozesse festgestellt werden und folglich medienpädagogische Handlungsweisen fördern, die geschlechterbasierte Formen der Mediennutzung und Medienaneignung diskutieren und weiterentwickeln (vgl. Götz 2002, 4). Eine kritische

Selbstreflexion der Handlungsgebenden ist hier eine Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Durchführung der Maßnahmen, da individuelle Vorurteile bezüglich der Nutzung von medialen Inhalten die Arbeit beeinflussen kann. Wie bereits dargelegt sind diverse Forschungsbereiche zu großen Teilen androzentriert angelegt, was bedeutet, dass Ergebnisse aus Studien und damit verbundene Handlungsweisungen auf männliche Klient*innen ausgelegt sind und der weibliche* Aspekt keiner Beachtung erfährt. Wird beispielhaft davon ausgegangen, dass eine weibliche* Medienaneignung gleichermaßen auch immer eine individuelle Bezugnahme auf die eigene Lebensrealität bedeutet und demnach eine emotionale Komponente mit einschließt, kommt es zu einer Herabsetzung der Medienkompetenz weiblicher* Nutzerinnen aufgrund der forschungsrelevanten Rezeption von geschlechtsspezifischen Medienkonsum (vgl. Götz 2002, 4f.)

Eine zentrale Zielsetzung der Projektarbeit innerhalb der medienpädagogischen Profession ist demnach strukturelle Diskriminierung aufgrund von Geschlecht zu thematisieren und vielfältige Angebote für Mediennutzer*innen zu entwickeln, die individuelle Nutzungs- und Kompetenzmöglichkeiten unabhängig geschlechtlicher Sozialisation und dominierender Beeinflussung durch Geschlechterstereotypen gewährleisten. Als Intention kann hier ein Aneignen und Erlangen von Medienkompetenzen unabhängig der eigenen Geschlechtsidentität verstanden werden. Mit Hilfe medialer Technologien kann somit eine Art der Selbstdarstellung und zudem ein Auslegen der eigenen Interessen erfolgen (vgl. Götz 2002, 5). Professionelle Handlungsgebende bewegen sich dabei in einem ambivalenten Verhältnis zwischen der handlungsorientierten Vermittlung und Aneignung von Medienkompetenzen unter der Berücksichtigung einer geschlechterreflektierten Herangehensweise und gleichzeitig des fortwährenden Aufklärungsauftrags hinsichtlich medial eingebetteter Geschlechterstereotypen, die weiterhin einen hohen Einfluss auf diese Prozesse bedeuten (vgl. Götz 2002, 7). Dabei kann der praktische Ansatz der Medienpädagogik Kompetenzen schulen und, anhand der gegebenen Voraussetzungen bezüglich geschlechtlicher Ungleichheiten, die wissenschaftliche Disziplin dahingehend fördern, dass in Lern- und Lehrprozessen eine Chancengleichheit für Klient*innen, unabhängig von Geschlecht, geschaffen wird. Bedingung ist hier jedoch eine kontinuierliche Überprüfung der eigenen Haltung in gleichem Maße wie innovative Ideen und strukturelle Weiterentwicklungen innerhalb der eigenen Profession in Forschung und Handlungsfeldern. Projekte, die eine Gleichbehandlung von Medienakteur*innen und Mediennutzer*innen fördern und Teilnehmer*innen im Bereich der Medienkompetenz schulen, können als praktische Handlungsweisung fungieren und diese Bestrebungen vorantreiben.

Ein Beispiel der angewandten Medienpädagogik in Projektform im Bereich der feministisch-pädagogischen Arbeit mit medialen Kontexten lässt sich bei Corinna Schaffranek finden. Die studierte Medienpädagogin beschreibt auf ihrer Internetpräsenz ihre Arbeitsschwerpunkte in

der „gendergerechten, empowernden und queer-feministischen Medienpädagogik“ (vgl. Schaffranek 2024, o.S.). Sie ist als freie Dozentin, Lehrbeauftragte, Referentin und Workshopleitung in den Bereichen der Bildungseinrichtungen, Jugendzentren, Universitäten, Firmen und für Privatpersonen tätig (vgl. ebd). Um einen Eindruck über die Projektarbeit im medienpädagogischen Bereich zu erhalten, wird im Folgenden das Projekt „#INSTAGIRLS*“ betrachtet.

Die Projektentwicklerin schreibt hierzu:

„Die kostenlose App „Instagram“, in der Bilder und Kurzvideos den Schwerpunkt bilden ist bei jugendlichen Mädchen besonders beliebt [...] Innerhalb kurzer Zeit lassen sich die Bilder im Vorfeld durch verschiedene Bearbeitungs- und Filteroptionen „aufhübschen“ und vermitteln in ihrer Masse ein Schönheitsideal was unrealistisch scheint und zu hohem Druck bei Jugendlichen führen kann [...] In dem Workshop #instagirls sollen die medial vermittelten Schönheitsideale kritisch betrachtet und hinterfragt werden [...] haben auch wir diese unnatürlichen Schönheitsvorstellungen unbewusst übernommen? Und wie funktioniert eigentlich Bodypositivity? (Schaffranek 2024, o.S.)

Projektschwerpunkt stellen nach Schaffranek „die Förderung von Selbstwahrnehmung, Reflexionsfähigkeit und Medienkritik“ dar. Eine positive Zuschreibung der eigenen Körperlichkeit und der Selbstwahrnehmung, entlang der vermittelten Schönheitsideale innerhalb des sozialen Mediums Instagram, ist demnach eine Maßnahme, die im Zuge des Projektes aufgearbeitet werden soll. Zudem soll über individuelle Gefahren, wie physische und psychische Auswirkung, bedingt durch den Vergleich mit Schönheitsstandards durch mediale Inhalte aufgeklärt werden. Das Erlernen einer reflektierten und kritischen Haltung hinsichtlich der sozial verantworteten Schönheitsvorbildern und der breiten Dimension des Schönheitsbegriffes sind erklärte Ziele des Projektes. Um eine Auseinandersetzung mit technischen Möglichkeiten zur Modellierung und Optimierung medialer Inhalte anhand des Beispiels Instagram zu gestalten, dürfen die Teilnehmerinnen diese in Selbstexperimenten kennenlernen. Des Weiteren wird auch das werberelevante Marketing von Influencer*innen beleuchtet um eine kritische Haltung medialer Werbewirkung zu generieren. Im Fokus steht hierbei die Vermittlung dieser genannten Aspekte in einem Projekt, welches einen lehrreichen Zugang zu einer Plattform der sozialen Medien gestalten soll, hierbei jedoch weiterhin gewährleistet, dass eine positive Nutzung weiterhin erlaubt sein darf (vgl. Schaffranek 2024, o.S.).

Das Projekt von Corinna Schaffranek ist ein wichtiges Beispiel für medienpädagogische Praxis. Das Projekt richtet sich an eine Zielgruppe, der zwar eine erleichterte Aneignung von Medien unterstellt werden kann, gleichsam aber auch eine gewisse Naivität in der, insbesondere kognitiven, Aufnahme und Verarbeitung dieser Inhalte zugeschrieben werden muss. Aufgrund

sozialisierender Entwicklungs- und Identitätsprozesse werden Rollenvorbilder in sozialen Medien gesucht, die zum einen unrealistische Realitätstandards vorgeben und die zum anderen auch Gefahr laufen geschlechterstereotype Rollenbilder oder Ideologien hinsichtlich Körperbilder zu vermitteln und folgend zu etablieren. Die Zentrierung auf Mädchen* ist hier in der Hinsicht wichtig, als dass Mädchen* nach wie vor unter der geschlechtlichen Ungleichheit leiden und demnach besonders von sozialen Netzwerken und deren Vorgaben geprägt werden können, die sich auf die individuelle Lebenswelt auswirken können. Indem Frau Schaffranek eine Social-Media-Plattform wählt, die sich einer großen Popularität erfreut, ist der Zugang für die Teilnehmer*innen relativ leicht und die pädagogische Arbeit kann somit in einem Maße vermittelt werden, das nicht überfordert oder uninteressant wirkt. Der duale Ansatz von Aufklärung und Ausprobieren gelernter Strategien ist zielgruppenorientiert und gibt dem ganzen einen spielerischen Charakter. Eine praxisbezogene Orientierung gewährleistet im Sinne des Empowering-Gedanken Mädchen* einen Perspektivwechsel auf das Medium Social Media.

Der Aufgabenbereich in Theorie und Handlung für die Wissenschaft der Medienpädagogik zeigt zusammenfassend auf, dass die Integration sozio-dynamischer Prozesse, die einer zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft unterliegen und sich demnach der Herausforderung sehen, Konzepte und Handlungsweisungen zu entwickeln, die schnell und zeitgemäß angepasst werden können. Dabei sollen Projekte immer dem Gedanken der medialen Aufklärung und der Entwicklung einer Medienkompetenz zugrunde liegen. Insbesondere im Bezug auf das vorliegende Thema der geschlechtlichen Ungleichheiten im medialen Kontext bietet das Handlungsfeld zahlreiche Möglichkeiten der Intervention und Prävention um alle Klient*innen gleichermaßen und unabhängig der individuellen Sozialisation zu schulen und die mediale Aneignung oder Selbstverwirklichung ohne Vorurteile zu fördern.

6. Fazit und Ausblick

Die vorliegende Bachelor-Thesis beschäftigt sich mit den Fragestellungen wie traditionelle Geschlechterstereotype die Gesellschaft und die Medien beeinflussen und wieso die mediale Darstellung im Kontext des Reality-TV problematisch ist. Dabei spielt der Einfluss der geschlechtlichen Stereotype eine tragende Rolle, da eine Auswirkung auf die Lebensrealität der betroffenen Individuen besteht. Dem Begriff der Geschlechterstereotype liegen demnach diverse Faktoren zugrunde, die eine Ungleichheit der Geschlechter begünstigen. Gleichmaßen ist der vorherrschende Sexismus, der eine sozio-historische Komponente innehält, als zentrales Problem der geschlechtsspezifischen Ungleichheit darzulegen, da er Vorurteile und Annahmen in Bezug auf Frauen* und Mitglieder der LGBTQ*-Community nutzt um diese zu

diskriminieren und somit die gegenwärtigen patriarchalischen Machtstrukturen aufrechtzuerhalten.

Bei der Betrachtung des vergangenen und gegenwärtigen wissenschaftlichen Diskurses ist auffällig, dass die geschlechterkritische Medien- und Kommunikationswissenschaft aufgrund der sozio-historischen gesellschaftlichen Gegebenheiten den Auftrag einer kritischen Wissenschaft besitzt und demnach auch grundlegend kritische Theorieansätze betrachtet. Die Studienlage verdeutlicht hier den Umstand, dass der wissenschaftliche Diskurs Thematiken wie den demografischen Wandel integrieren muss, um das dynamische Spektrum geschlechterkritischer Medienforschung abzubilden. Die Anforderung an die wissenschaftliche Disziplin lautet folglich eine gesamtheitliche Betrachtungsweise des Forschungsfeldes anhand gesamtgesellschaftlicher Entwicklungen.

Dabei hilft im Besonderen auch die Auseinandersetzung mit Mediennutzer*innen. Die gendersensible Rezeptionsforschung evaluiert Fragen im Bezug auf das Konsumverhalten von Mediennutzer*innen und erhält somit die Möglichkeit der Aneignung von Wissen im Bezug darauf, wieso Menschen bestimmte Themen besonders emotional berühren und wie dieses mit den geschlechtsspezifischen Werten und Normen verknüpft ist. Im Zuge der Etablierung neuer, digitaler Medien unterliegt aber auch diese wissenschaftliche Disziplin der Anforderung einer Erweiterung des aktuellen Wissensstandes, der die Faktoren der zunehmenden Aufklärungsmöglichkeiten, die freiere Entfaltungsmöglichkeiten von Individuen bieten.

Zur Bandbreite des aktuellen Forschungsstandes ist auch eine Beleuchtung der gegenwärtig geltenden Schönheitsideale notwendig, die vor allem mit Hilfe der Medien reproduziert werden und somit unrealistische Standards an Mädchen* und Frauen* setzen. Mittels des Beispiels der Reality-Show „Germany’s Next Topmodel“ konnte herausgearbeitet werden, dass die Identifikation von Mädchen* und Frauen* mit medial vermittelten Schönheitsstandards zur weitreichenden persönlichen Auswirkungen führen kann, die eine Gefahr für das eigene Selbstbild, den Körper und die psychische Gesundheit darstellen. Daraus folgt eine dringende Notwendigkeit einer kritischen Auseinandersetzung mit Schönheitsvorstellungen medialer Inhalte und deren Korrelation mit individuellen Lebenswelten, um präventive Hilfskonzepte bezüglich der Problematik zu finden.

Das methodische Vorgehen beinhaltet die generelle Definition von Datingshows als Teil des Reality TV und ein Erklärungsansatz, wieso das hybride TV-Genre eine hohe Popularität erfährt. Dabei konnte festgestellt werden, dass der Bezug zur eigenen Lebensrealität ein Faktor ist. Bei der Subkategorie der Datingshow konnte hervorgehoben werden, dass sich die romantischen Vorstellungen der Lebenswelt von Frauen in diesen widerspiegelt, was trotz kritischer

Betrachtung und Bewertung der Medienkonsumentinnen ein fortwährendes Interesse an den Formaten bedeutet.

Darauf aufbauend wurden folgend die Herausforderungen und Chancen der feministischen Medienforschung beschrieben, die ebendiese Themen aufgreifen und einer kritischen Evaluierung unterziehen. In der Schlussbetrachtung wurden noch einmal die neuen Medien im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung mit dem wissenschaftlichen Diskurs in Verbindung gebracht und gefolgert, dass eine Neuausrichtung der Wissenschaft die aktuellen Thematiken miteinbeziehen muss, um den feministischen Aspekt der Disziplin in theoretische Ansätze mit einfließen zu lassen.

Der methodische Theoriezugang der qualitativen Inhaltsanalyse kann als evaluierendes Tool zur Erfassung vorliegender Materialien in dem Maße genutzt werden, als dass einerseits bestehende Datenmengen überprüft werden können und gleichzeitig forschungsrelevante Lücken erschlossen werden können, was in der geschlechterkritischen Medien- und Kommunikationswissenschaft ein hilfreiches Instrument zum Erschließen neuer Ideen und theoretisch-strategischen Ansätzen sein kann.

Die Interpretation der Ergebnisse erfolgte anhand zwei gewählter Formate aus dem Spektrum der Datingshows. Mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse zu vorherrschenden Stereotypen, Vorstellungen im Sendungskontext und sexistischen medialen Inszenierungen wurde eingehend verdeutlicht, dass Sendungen dieser Art nach wie vor mit Geschlechterstereotypen und sexistischen Inhalten arbeiten, da diese einen großen Unterhaltungswert bilden. Problematisch ist hier demnach, dass dadurch weiterhin geschlechtliche Stereotype reproduziert und normalisiert werden und ein kognitiver Bezug der Mediennutzer*innen zum Gesehenen entsteht. Da eine Verknüpfung der Medieninhalte zur eigenen Lebensrealität unabdingbar ist, etablieren sich ebendiese Stereotype und fördern eine bleibende Ungleichbehandlung der Geschlechter im gesamtgesellschaftlichen Rahmen.

Zur Vorstellung präventiver Methoden kann das Berufsfeld der Medienpädagogik herangezogen werden. Die Definition der handelnden Praxis und die Aufgabenfelder wurden vorgestellt, um ein konkretes Praxiskonzept vorzustellen, das sich besonders mit gendersensiblen Inhalten in sozialen Medien beschäftigt. Als Fazit wurde die Wichtigkeit dieser Projektarten herausgestellt und eine Empfehlung des vermehrten Einsatzes dieses Praxisfeldes wurde gegeben.

Die vorliegenden Forschungsfragen konnten schlussendlich beantwortet werden, da ersichtlich wurde, dass Geschlechterstereotype und die folgende Ungleichbehandlung von Frauen* und Männern* einen hohen Einfluss auf Gesellschaft und Medien besitzen und somit eine problematische Wirkkraft darstellen. Diese immer weiter bestehende Reproduktion der geltenden Geschlechterstereotype und traditionellen Rollenbildern, die Frauen* einer absoluten

Selbstentfaltung unabhängig ihrer geschlechtlichen Benachteiligung beraubt, führt zu einer gesamtheitlichen Meinungsbildung von Werten und Normen, die schon im Kindesalter zu einer erzwungenen Identifikation mit der dualen Geschlechtlichkeit führt. Dies hat letztendlich, teils negative, Auswirkungen auf die Entwicklung und die gesamte Lebensführung von Individuen. Die Medien haben demnach einen starken Anteil an dieser Entwicklung, da sie zu Unterhaltungszwecken diese geschlechtsspezifischen Rollenbilder nutzen und folgend problematische Vorstellungen zu sozialen Konstrukten und Gleichberechtigung in allen Bereichen medial präsentieren.

Die einerseits mediale und andererseits gesellschaftliche, ontogenetische Vermittlung dieser geschlechtlichen Unterschiede führen dazu, dass Gesellschaft, Wissenschaft und Medienproduktion vor der langwierigen Aufgabe stehen eine kritische Haltung gegenüber den jeweils anderen Instanzen, aber auch eine fortwährende Selbstreflexion vornehmen müssen. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, braucht es innovative Ansätze und Handlungsstrategien in allen privaten Bereichen, aber insbesondere in Bereichen der öffentlichen Handlungsapparate wie Medien und wissenschaftliche Disziplinen, die in gleichem Maße bestehende Geschlechterstereotype vermeiden und Gleichberechtigung in allen Belangen zu einem öffentlich-wissenschaftlich-medialen Ziel erklären. In Teilen medialer Inhalte und wissenschaftlicher Forschungsfelder bedeutet dies auch eine komplette Neuausrichtung, um einen geschlechtersensibleren Ansatz zu verfolgen und die vorliegenden Problematiken zu behandeln. Ist dies gegeben, besteht die Möglichkeit einer zukünftig progressiveren Auseinandersetzung mit dem Thema Geschlecht und Gender und deren vielfältige Facetten, um schlussendlich eine verbesserte Lebensrealität für Individuen, unabhängig vom Geschlecht, zu gewährleisten.

7. Literaturverzeichnis

Areyoutheone.de (2023): Das sind die Kandidat:innen der 5. Staffel „Are You The One?“ [Post]. Instagram, <http://www.instagram.com/p/Czl8QS3Mu9m/?igsh=Y3U0dHZxOWU5aWpn> [abgerufen am 20.02.2024]

Areyoutheone.de (2023): Bei so vielem Frauen kann man mal schnell den Namen vergessen. [Reel]Instagram, <http://www.instagram.com/reel/C0B9FTksOur/?igsh=MXF-kOWhzM3pxOTk0Nw==> [abgerufen am 20.02.2024]

Are You the One (2023): [Streaming] Staffel 3, Das Wiedersehen. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online] <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/are-you-the-one-859291> [abgerufen am 29.02.2024]

Are You the One (2023): [Streaming] Staffel 5, Folge 1. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online] <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/are-you-the-one-859291> [abgerufen am 29.02.2024]

Are You the One (2023): [Streaming] Staffel 4, Folge 2. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online] <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/are-you-the-one-859291> [abgerufen am 20.02.2024]

Are You the One (2023): [Streaming] Staffel 4, Folge 9. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online] <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/are-you-the-one-859291> [abgerufen am 20.02.2024]

Arndt, Susan (2020): Sexismus*. Geschichte einer Unterdrückung, München: Verlag C.H. Beck OHG.

Bleicher, Joan (2021): Reality TV, in: Geimer, Alexander/Heinze, Carsten/Winter, Rainer, *Handbuch Filmsoziologie*, Wiesbaden (2020): S. 1029-1040.

Boshammer, S (2008). Sexismus. In: Gosepath, S; Rössler, B; Hinsch, W. *Handbuch der Politischen Philosophie und Sozialphilosophie*, 2 Bände. Berlin: De Gruyter, 1163-1166.

Bulla, Christina/Götz, Maya/Mendel, Caroline (2015): „Es ist so interessant, für wen er sich entscheidet“. Zur Faszination von der Bachelor und die Bachelorette, in: *Television*, Bd. 28, Nr. 1, S. 40-44.

Bundezentrale für politische Bildung (2024): Geschlecht, biologisches, [online] <https://www.bpb.de/themen/gender-diversitaet/geschlechtliche-vielfalt-trans/500924/geschlecht-biologisches/> [abgerufen am 13.02.2024]

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2021): Gemeinsam gegen Sexismus, in: *Maßnahmen gegen Sexismus am Arbeitsplatz, in Kultur und Medien im öffentlichen Raum*, Bd. 1, S. 7-18.

Dimitriou, Minas/Ring-Dimitriou Susanne (2019): *Der Körper in der Postmoderne. Zwischen Entkörperlichung und Körperwahn*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Dorer, Johanne/Klaus, Elisabeth (2008): Feministische Theorie in der Kommunikationswissenschaft, in: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten (Hrsg.), *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*, Wiesbaden (2008): S.91-112.

DWDL (2020): „Are You the One“: Ein perfektes Match oder nicht?[online] https://www.dwdl.de/meinungen/77507/are-you-the-one-ein-perfektes-match-oder-nicht/?utm_source=&utm_medium=&utm_campaign=&utm_term= [abgerufen am 25.02.2024]

Echle, Evelyn (2022): Medienpädagogik, in: *Filmlexikon Uni Kiel Website*, [online <https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/m:medienpadagogik-6579>] [abgerufen am 20.02.2024]

Eckes, Thomas (2008): Geschlechterstereotype: Von Rollen, Identitäten und Vorurteilen, in: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hrsg.), *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung*, 2. Aufl. Wiesbaden (2008): S. 171-182.

Elsen, Hilke (2020): *Gender – Sprache - Stereotype*, Tübingen: Narr Francke Attempto.

Ex on the Beach (2023): [Streaming] Staffel 4, Folge 5. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online] [Ex on the Beach | Reality Show online stream https://plus.rtl.de/video-tv/shows/ex-on-the-beach-866040en | RTL+](https://plus.rtl.de/video-tv/shows/ex-on-the-beach-866040en) [abgerufen am 03.03.2024]

Fürst, Silke/Jecker, Constanze/Schönhagen, Philomen (2016): Die qualitative Inhaltsanalyse in der Kommunikationswissenschaft, in: Averbek-Lietz, Stefanie/Meyen, Michael

(Hrsg.), *Handbuch nicht standardisierte Methoden in der Kommunikationswissenschaft*, Wiesbaden (2016): S. 1-14.

Goldmann, Julia Elena/Herbst, Liesa (2019): Wer schön sein will... Körpernormen und Schönheitsdiskurse in den Medien, in: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratkovic, Viktorija, *Handbuch Medien und Geschlecht*, Wiesbaden (2020): S.937-950.

Götz, Maya (2002): Genderreflektierende Medienpädagogik in: *Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI)*, S. 1-10.

Götz, Maya (2016): Super dünn, super sexy und zu allem bereit. Die Hypersexualisierung im Kinder- und Jugendfernsehen und ihre Folgen, in: *Communicatio Socialis*, Bd. 49, Nr. 3, S. 258-268.

Hannover, Bettina/Wolter, Ilka (2020): Geschlechterstereotype: wie sie entstehen und sich auswirken, in: Kortendiekt, Beate/Riegraf, Birgit/Sabisch, Katja, *Handbuch Interdisziplinäre Geschlechterforschung*, Wiesbaden (2019): S. 201-210.

Hipfl, Brigitte (2022): Feministische Rezeptionsforschung populärer Medien, in: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratkovic, Viktorija, *Handbuch Medien und Geschlecht*, Wiesbaden (2020): S. 1-20.

Hugger, Kai-Uwe/Steffens, Yannic (2020): Beruf Medienpädagog*in, in: Hugger, Kai-Uwe/Sander, Uwe/von Gross, Friederike, *Medienpädagogik*, Wiesbaden (2020): S. 1-10.

Karmasin, Matthias/Rath, Matthias/Thomas, Barbara (2013): Normativität in der Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Kergel, David (2023): *Medienpädagogik. essentials*, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Klaus, Elisabeth (2022): Theoretische Perspektiven: Gleichheit, Differenz, soziale Konstruktion und Dekonstruktion, in: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratkovic, Viktorija, *Handbuch Medien und Geschlecht*, Wiesbaden (2020): S. 73-146.

Krämer, Carmen (2020): Menschenwürde und Reality TV -eine ethische Analyse, Masterarbeit, Philosophie, Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule zu Aachen.

Linke, Christine/Maier, Tanja/Thiele, Martina (2014): Zur Produktivität einer Verbindung von Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht, in: Linke, Christine/Maier, Tanja/Thiele, Martina (Hrsg.), *Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht in Bewegung. Forschungsperspektiven der kommunikations- und medienwissenschaftlichen Geschlechterforschung*, Bielefeld (2014): S. 9-19.

Lünenborg, Margreth/Martens, Dirk/Köhler, Tobias/Töpfer, Claudia (2011): Skandalisierung im Fernsehen. Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten, in: *Schriftenreihe Medienforschung der LfM*, Bd. 65, S. 8-263.

Lünenborg, Margreth/Maier, Tanja (2013): *Gender Media Studies. Eine Einführung*, München: UVK Verlag.

Maier, Tanja (2015): Feminismus, Gender und Queer, in: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Lingenberg, Swantje/Wimmer, Jeffrey (Hrsg.), *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse*, Wiesbaden (2008): S. 49-58.

Miß, Leonie (2023): Der Taschenspiegel unserer Gesellschaft, in: *Rheinische Post*, Website, [online]https://rp-online.de/politik/analyse-und-meinung/gntm-love-island-bachelor-und-bachelorette-was-die-faszination-reality-tv-ausmacht_aid-94881127 [abgerufen am 21.02.2023]

Pauli, Dagmar (2017): *Schönheitsideale im Wandel. Grenzen der ästhetischen Medizin*, in: *Ästhetische Dermatologie & Kosmetologie*, Bd. 6, S. 22-26.

RedaktionsNetzwerk Deutschland (2023): Liebe oder Likes? Warum wir Datingshows schauen, Website, [online] <https://www.rnd.de/medien/bachelor-und-co-warum-schauen-wir-dating-shows-7D2FGMFS5JACXNXBVFU3FJJKH4.html> [abgerufen am 21.02.2024]

Rheinische Post (2023): Temptation Island, [online] <https://rp-online.de/thema/temptation-island/> [abgerufen am 25.02.2024]

Röser, Jutta/Wischermann, Ulla (2008): Medien- und Kommunikationsforschung: Geschlechterkritische Studien zu Medien, Rezeption und Publikum, in: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate, *Handbuch Frauen und Geschlechterforschung*, Wiesbaden (2008): S. 730-735.

Rützel, Anja (2019): „Temptation Island“ bei RTL. Schwänzelwellen im Glitschgebiet, in: *SpiegelKultur*, [online] <https://www.spiegel.de/kultur/tv/temptation-island-bei-rtl-schwaenzelwellen-im-glitschgebiet-a-1256584.html> [abgerufen am 25.02.2024]

RTL Media Hub (2023): Jahresrückblick. Die crossmedialen Highlights 2023 bei RTL Deutschland, [online] <https://media.rtl.com/meldung/Jahresrueckblick-00001/> [abgerufen am 22.02.2024].

RTL (2023): „Are You the One“: Alle wichtigen Infos und Antworten, [online] <https://www.rtl.de/cms/are-you-the-one-kandidaten-stream-moderatorin-und-co-alle-infos-5054071.html> [abgerufen am 25.02.2024].

Schaffranek, Corinna (2024): Gendergerechte Medienpädagogik, [online] <https://cschaffranek.wixsite.com/website> [abgerufen am 19.02.2024].

Schaffranek, Corinna (2024): #INSTAGIRLS*. Mediale Schönheitsideale und Geschlechterrollenbilder, [online] <https://cschaffranek.wixsite.com/website/instagirls-projekt> [abgerufen am 19.02.2024].

Schurzmann-Leder, Lena (2021): Körper, Leistung, Selbstdarstellung. Medienaneignung jugendlicher Zuschauerinnen von Germany's Next Topmodel, Bielefeld: Transcript Verlag.

Siepermann, Markus in Gabler Wirtschaftslexikon (2023). Heuristik. Definition: Was ist „Heuristik“?, [online] <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/heuristik-34474> [abgerufen am 11.02.2024].

Sommer, Katharina (2015): Stereotype und die Wahrnehmung von Medienwirkungen, Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Studyflix (2024): Induktiv und deduktiv, [online] <https://studyflix.de/studentipps/induktiv-und-deduktiv-5494> [abgerufen am 16.02.2024].

Technische Universität Dortmund (2024): cis, cisgeschlechtlich (Adj.), [online] <https://gleichstellung.tu-dortmund.de/projekte/klargestellt/cis-cisgeschlechtlich/> [abgerufen 10.02.2024].

Temptation.island (2023): Let's talk about: Folge 11. Unter diesem Post dürft ihr spoilern, was das Zeug hält... [Post]. Instagram, <http://www.instagram.com/p/CzI8QS3Mu9m/?igsh=Y3U0dHZxOWU5aWpn> [abgerufen am 20.02.2024].

Temptation.island (2023): Wem glaubt ihr mehr? Louis oder Siria? [Reel].

Instagram, <https://www.instagram.com/p/CtN4XlJlo6E/?igsh=MXYZemp6d28xaGYxNw%3D%3D> [abgerufen am 20.02.2024].

Temptation Island (2023): [Streaming] Staffel 5, Folge 3. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/temptation-island-versuchung-im-paradies-121619>] [abgerufen am 20.02.2024]

Temptation Island (2023): [Streaming] Staffel 5, Folge 4. RTL. Deutschland: Produktion: RTL Studios. [online <https://plus.rtl.de/video-tv/shows/temptation-island-versuchung-im-paradies-121619>] [abgerufen am 20.02.2024]

Vock, Christian (2020): „Temptation Island“: Wenn das Gehirn Schüttelfrost bekommt. In: Web Magazine[online]<https://web.de/magazine/unterhaltung/tv-shows/temptation-island-gehirn-schuettelfrost-bekommt-34485134> [abgerufen am 25.02.2024]

Vom Orde, Heike (2020): *Aufwachsen mit Geschlechterstereotypen in den Medien – Entstehung, Wirkung und Umgang*, in: BPJMAKTUELL, Bd. 2, S. 9-14.

Welt (2023): Endlich Sendungen ohne Gesellschaftskritik mit dem Vorschlaghammer, [online] <https://www.welt.de/debatte/kommentare/article247593692/Are-you-the-one-Traenen-Triebe-und-Gefuehle.html> [abgerufen am 25.02.2024]

Wolter, Ilka (2020): *Aufwachsen mit Geschlechterstereotypen in den Medien – Entstehung, Wirkung und Umgang*, in: BPJMAKTUELL, Bd. 2, S. 4-9.

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe. Wörtlich, oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind in allen Fällen unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Elmshorn, 03.03.2024

