

Das Mädchenbild in finnischen und deutschen Jugendzeitschriften

Silke Rose
Sprachenzentrum
Universität Vaasa

Artikkeli käsittelee saksalaisten ja suomalaisten nuorisolehtien tytöistä antamaa kuvaa. Tutkimusaineisto koostuu Bravo- ja Suosikki-lehdistä. Keskeisiä kysymyksiä ovat, millaisia tyttöjen tulee olla ulkonäöltään ja miten tämä ilmenee kuvissa ja kielessä. Vaikka molemmat lehdet on tarkoitettu tytöille ja pojille, kohderyhmät eivät ole täysin identtiset. Tämä vaikuttaa tyttöjen ulkonäön käsittelyyn ja myös tyttöjä koskevaan kielenkäyttöön. Suosikki-lehdessä tytöt itse ovat keskipisteessä ja vahva mimmi sekä itsevarma aikuinen nainen ovat esikuvina, kun taas Bravo-lehdessä suurin osa artikkeleista keskittyy tähtiin ja esikuvina on itsevarmat ja erikoisen näköiset "girls". Suosikki-lehden kuvissa esitellään paljon luonnollisia ja omaa tyyliään noudattavia tyttöjä, kun taas Bravo-lehden tytöt matkivat paljolti julkkisten tyyliä.

Schlüsselwörter: Pressesprache, Soziolinguistik, Jugendsprache, Anglizismen

1 Einleitung

Dieser Beitrag befasst sich mit dem Mädchenbild in finnischen und deutschen Jugendzeitschriften. Es geht um die Frage, wie ein Mädchen heute aussehen soll und wie dies in den gewählten Zeitschriften bildlich und sprachlich dargestellt wird. Bildlich heißt ganz konkret, welchen Eindruck die Bilder vermitteln. Sprachlich heißt, wie über die Mädchen und ihr Aussehen in den Jugendzeitschriften geschrieben wird. Es sollen besonders die in den Zeitschriften verwendeten Bezeichnungen für Mädchen kontrastiv behandelt werden. Dazu wurde auch eine kleine quantitative Untersuchung durchgeführt. Im Anschluss folgt eine qualitative Analyse des in den Zeitschriften beschriebenen Aussehens der Mädchen. In Bezug auf die Theorie stütze ich mich auf einen soziolinguistischen Ansatz. Die Korpusanalyse soll jedoch im Vordergrund stehen. Zur besseren Verständlichkeit habe ich die zitierten finnischsprachigen Beispiele aus den *Suosikki*-Zeitschriften jeweils direkt oder in einer Fußnote übersetzt.

2 Material

In Finnland und Deutschland gibt es eine große Anzahl an Jugendzeitschriften. Deshalb musste für die Untersuchung eine Auswahl getroffen werden. Die mit Abstand bekannteste und größte Jugendzeitschrift in Deutschland ist die *Bravo*. Sie richtet sich an deutschsprachige Teenager, sowohl an Jungen als auch an Mädchen. Sie trug zunächst den Untertitel „Die Zeitschrift für Film und Fernsehen“. Heute liegt aber der Schwerpunkt auf der Beziehungs- und Sexualberatung. Die Zeitschrift erscheint einmal wöchentlich. Die vier Ausgaben der *Bravo*, die für diese Untersuchung herangezogen wurden, stammen aus der Zeit von Oktober bis Dezember 2010.

Als finnische Zeitschrift wurde *Suosikki* gewählt, die sich auch an Jungen und Mädchen richtet. Sie gilt gemeinhin als Musikzeitschrift für Jugendliche. Es wird aber mehrfach in der Zeitschrift betont, dass *Suosikki* mehr sein soll als eine Musikzeitschrift („Enemmän kuin musiikkilehti“). *Suosikki* erscheint einmal im Monat. Für die Untersuchung wurden vier Zeitschriften aus der Zeit von August 2010 bis Januar 2011 herangezogen.

3 Aufmachung und Gestaltung der Zeitschriften

Wenn man sich die *Bravo* anschaut, fällt sofort auf, dass sie von vielen Bildern, großen reißerischen Überschriften und bunten Farben dominiert wird. Der Textanteil ist hingegen sehr gering und der Satzbau sehr einfach. Die Zeitschrift enthält viele Storys über Stars, Klatsch und Tratsch über ihr Leben, ihre Mode und ihre Probleme. Sie dienen als Vorbilder und abschreckende Beispiele. Da sie sich mit Problemen herumschlagen, die auch die Jugendlichen beschäftigen, lassen sich durch das Befassen mit diesen Storys und auch mit den Bezeichnungen für die Stars und Vorbilder gewisse Rückschlüsse auf das Mädchenbild ziehen. Daneben bilden eine Foto-Love-Story und Fragen an Dr. Sommer feste Bestandteile der Zeitschrift. Insgesamt spielen Unterhaltung und Aufklärung eine große Rolle.

Suosikki enthält auch Bilder, aber der Textanteil ist viel höher. Die Überschriften sind weniger zentral und reißerisch, die farbliche Gestaltung dezenter. Die Sprache wirkt natürlich. Die Zeitschrift möchte unterhalten, aber gleichzeitig auch informieren und Richtlinien für das eigene Verhalten geben: (1) „Hienosäädä kehostasi temppele“¹ (*Suosikki* 11/2010: 76). Die Rubriken ändern sich von Zeitschrift zu Zeitschrift. Das macht das Lesen abwechslungsreich. Die Bandbreite der behandelten Themen ist viel größer als in der *Bravo*. Vor allem der Anteil an Lifestyle-Themen ist viel höher. Ansonsten beschäftigt sich *Suosikki* aber auch mit Stars und Modetrends, Beziehungen und Sexualität.

4 Leserschaft

Auf den ersten Blick richten sich beide Zeitschriften an alle Mädchen und Jungen im Teenageralter, die eine an deutsche, die andere an finnische Teenager. Beim genaueren Hinschauen stellt man jedoch fest, dass dem nicht ganz so ist. Die Darstellung der Information und ein Teil der behandelten Themen in der *Bravo*, wie Schulbesuch, Berufswahl und Jugendarmut, lassen den Schluss zu, dass sich die *Bravo* an sozial schwächer gestellte Teenager mit niedrigerem Bildungsniveau wendet. Da es für diese Gruppe von Jugendlichen in Deutschland einen eigenen Schultyp gibt, könnte man als hauptsächliche Zielgruppe der Zeitschrift die HauptschülerInnen nennen. Die *Suosikki*-LeseInnen scheinen in Bezug auf ihre Schulbildung und ihren beruflichen Werdegang eher anspruchsvoll zu sein. Da es in Finnland nur einen Schultyp für die Jugendlichen gibt, umfasst die Zielgruppe wohl alle Schüler der *yläkoulu* („Gesamtschule“).

5 Sprache in den Jugendzeitschriften

Zum Einen handelt es sich bei der Sprache in den untersuchten Zeitschriften um Pressesprache. Es besteht Einhelligkeit darüber, dass die Pressesprache den jeweiligen Sprachzustand dokumentiert. Sie nimmt Tendenzen der Sprache der Gegenwart auf und hat einen sehr hohen Einfluss auf die Sprachentwicklung. (Lüger 1995: 1.)

¹ Mache aus deinem Körper einen Tempel

Die Presse „*bereitet* jüngstes Gegenwartsgeschehen in kürzester regelmäßiger Folge für die breiteste Öffentlichkeit *sprachlich auf*. Neben die ‚sachliche‘ muss dabei eine ‚emotionale Wirkung‘ treten, ein ‚Leseanreiz‘, der die Leserschaft ‚fesseln‘ kann.“ (Götzeler 2008: 129; Hervorhebung im Original.) Deshalb nimmt sie eine leserorientierte Selektion und Gewichtung von Informationen vor und ist bestrebt, sich an sprachliche Gewohnheiten der Leserschaft anzupassen, um Verständnisbarrieren abzubauen und Identifikationsmöglichkeiten mit der Zeitschrift zu fördern (Götzeler 2008: 129.)

Auch die Jugendlichen suchen Identifikationsmöglichkeiten mit den Jugendzeitschriften. Sie sind auf dem Weg, erwachsen zu werden, und befinden sich in einer Entwicklungsphase, die geprägt ist von unterschiedlichen Gemütszuständen, Konflikten mit anderen Menschen, dem Erwachen des sexuellen Interesses und Gefühlen der Selbstzentriertheit und Einsamkeit. Die Presseartikel vermitteln nicht nur Informationen und Fakten, sondern schaffen auch eine Wirklichkeit und bauen Bedeutungen auf. Durch sie werden Auffassungen, Werte und Normen bzgl. der eigenen Identität geschaffen. (Koivisto 2009: 16 f.)

In den untersuchten Zeitschriften wird eine Sprache verwendet, die den Jugendlichen sehr nahe ist, Jugendsprache. Es handelt es sich dabei, soziolinguistisch gesehen, um einen transitorischen Soziolekt, also um eine „Lebensalter-Sprache“, die zeitlich von Beginn der Schulzeit bis zum Ende der beruflichen Ausbildung angesiedelt ist. Es ist allerdings wenig sinnvoll, von „einer“ Jugendsprache zu sprechen, da es unter den Jugendlichen sehr große Unterschiede gibt. Die Jugendlichen haben einen Hang zu bewusst abweichendem Sprachverhalten; ihre Sprache wird gerne als salopp oder als Jargon bezeichnet. (Löffler 2005: 119.) Jede Generation hat auch ihre eigenen Lieblingswörter.

Laut Bachofer (2003: 61) sind die Charakteristika der Jugendsprache bis auf den Bereich des Wortschatzes und der Wortsemantik zugleich auch Elemente der gesprochenen deutschen Umgangssprache. In Bezug auf den Wortschatz hebt er u. a. Entlehnungen aus dem Englischen hervor, sogenannte Anglizismen, die für diese Untersuchung

besonders relevant sind. Laut Götzeler (2008: 68 f.) kommen sie bei den deutschen Jugendlichen gut an, weil sie weitgehend bekannt, modern, ansprechend, semantisch genau und einprägsam sind. Dennoch wird der Gebrauch von Anglizismen in der Pressesprache in Deutschland heftig diskutiert und häufig mit einem Sprachverfall gleichgesetzt. In Finnland wird den Anglizismen nicht so viel Beachtung geschenkt. Sie gelten nicht so sehr als Bedrohung für die finnische Sprache, da die Sprachstrukturen des Finnischen und Englischen sich deutlich voneinander unterscheiden und ein Angleichungsprozess stattfindet. (Taittonen 1991: 74.) Taittonen hat in ihrer kleinen Untersuchung gezeigt, dass der Anglizismengebrauch in den *Bravo*-Ausgaben sehr hoch ist, während Anglizismen in den *Suosikki*-Zeitschriften versteckter vorkommen.

6 Bezeichnungen für Mädchen und Frauen

Im Folgenden soll untersucht werden, wie in den ausgewählten Zeitschriften über Mädchen und Frauen geschrieben wird. Hierfür wurde eine kleine quantitative Untersuchung durchgeführt, für die jeweils zwei *Bravo*-Zeitschriften (42/2010, 51/2010) und zwei *Suosikki*-Zeitschriften (9/2010, 1/2011) genauer betrachtet wurden. Im Folgenden werden die gefundenen Bezeichnungen für Mädchen und Frauen sowie die entsprechende Frequenz aufgeführt. Diese Bezeichnungen entsprechen weitestgehend auch denjenigen, die im übrigen Korpus zu finden sind. Die Bezeichnungen sind jeweils im Singular angegeben. Die Zusätze sind weggelassen worden, da die Liste durch die Angabe der Zusätze den Rahmen dieses Artikels gesprengt hätte. Leider konnte nicht zwischen Bezeichnungen für die *tavikset* oder *Normalo-Girls* und Bezeichnungen für die Stars und Vorbilder unterschieden werden, da diese oft gemischt vorkamen. Es soll aber die Verwendungsweise deutlich gemacht werden. Die angegebenen Übersetzungen für die finnsprachigen Bezeichnungen basieren auf Haarala (2001).

Tab. 1. *Bravo*

Bezeichnung	Frequenz
Girl	96
Mädchen	32
Mädel	8
Super-Girl	7
Frau	6
Queen	6
Blondine	5
Bitch	2
Tussi	2
Göre	1
Göttin	1
Lady	1
Mieze	1
Schlampe	1
Insgesamt	169

Tab. 2. *Suosikki*

Bezeichnung	Frequenz
tyttö	75
nainen	14
mimmi	4
nuori nainen	4
neiti	3
tyttönen	3
huora	1
likka	1
muija	1
neitonen	1
neitsyt	1
nuori neito	1
prinsessa	1
Insgesamt	110

In der *Bravo* ist eine bunte Mischung aus deutschsprachigen und englischsprachigen Bezeichnungen zu finden. Die Leserinnen tendieren am ehesten dazu, sich standardsprachlich als *Mädchen* oder etwas umgangssprachlicher als *Mädels* zu bezeichnen. Auch die Jungs und Dr. Sommer benutzen am ehesten diese beiden Bezeichnungen. Die Journalisten der Zeitschrift sprechen aber fast ausnahmslos vom *Girl* oder den *Girls* und bezeichnen damit sowohl die Leserinnen als auch die Stars und Vorbilder. Letztere werden sogar teilweise als *Super-Girls* bezeichnet, oder die Bezeichnung *Girl* erhält noch einen Zusatz, aus dem meistens hervorgeht, wodurch das *Girl* bekannt geworden ist, z. B. *Hollywood-Girl* oder *Hellcats-Girl*. Es entsteht der Eindruck, dass die Bezeichnung *Girl* „cooler“ und trendiger ist als die Bezeichnung *Mädchen* und dass damit ein besonders selbstbewusstes Auftreten und ein stylisches Äußeres verbunden werden. An den Stellen, wo englische Originaltexte zum Vergleich angeboten werden, wurde die Bezeichnung *Girl* schlicht und einfach nicht übersetzt. Von *Frauen* ist bei den erwachsenen Stars und Vorbildern nur sehr selten die Rede. Dies demonstriert vielleicht auch, dass der Altersabstand und der gefühlte Abstand zu den LeserInnen eher gering sein sollen. Die Bezeichnungen *Queen* und *Göttin* sollen auf die besondere Leistung und die Stellung der Stars hinweisen. Auch hier ist immer ein Zusatz dabei, wie z. B. *Pop-Queen*. Während *Blondine* und *Mieze* eigentlich in allen Fällen lediglich das Äußere der Stars beschreiben und weniger als wertend anzusehen sind, d. h. die *Mieze* wird auch als

Katze abgebildet, beschreibt die Bezeichnung *Lady* eine sehr positive und vorbildhafte weibliche Erscheinung. In der Bezeichnung *Göre* für einen Star steckt etwas von einem schlechten Charakter oder einem böartigen Verhalten. Als abschreckende Vorbilder gelten weiterhin die *Tussi*, was sich auf das Äußere und das Verhalten bezieht, sowie die Bezeichnungen *Schlampe* und *Bitch*, die sich ausnahmslos auf das unstete sexuelle Verhalten der Stars beziehen.

In den *Suosikki*-Zeitschriften bezeichnen sich die Mädchen selbst als *tytöt* („Mädchen“) und sie werden auch von den Jungen und den Journalisten als solche bezeichnet. An zwei Stellen bezeichnen sich die Mädchen auch als *tyttönen* („kleines Mädchen“), und an einer Stelle wird die aus dem Schwedischen abgeleitete Bezeichnung *likka* („Mädchen“) verwendet. Als *nainen* („Frau“) oder *nuori nainen* („junge Frau“) werden sowohl die Stars und Vorbilder als auch die Mädchen selbst bezeichnet. Wenn die Bezeichnungen für die Mädchen gewählt wurden, sollten sie in den meisten Fällen deutlich machen, dass die Mädchen sich auf dem Weg zum Erwachsenwerden befinden. Wenn sich Mädchen durch ein besonders „toughes“ Verhalten und ihre Einstellungen hervorgetan haben, werden sie als *mimmi* (alltagssprachlich für „Frau“), z. B. als *tyylimimmi* („Frau mit Stil“) oder *asennemimmi* („Frau mit einer guten Einstellung“) bezeichnet. Auch die Bezeichnung *muija* (Slang-Wort für „Frau“) wird an einer Stelle für Mädchen verwendet. Wenn es um die Sexualität der Mädchen geht, werden die Bezeichnungen *neitsyt* („Jungfrau“) und *huora* („Hure“) verwendet. Die übrigen Bezeichnungen werden für Stars und andere Frauen verwendet. Die Bezeichnung *neiti* („Fräulein“) impliziert, dass die Frauen schön zurechtgemacht sind, sei es durch Schönheitsoperation oder durch schicke Kleidung. *Neito* und *neitonen* („junges Mädchen“) sagen aus, dass die entsprechenden Frauen jung, hübsch und eventuell sexuell unerfahren sind. Als *prinsessa* („Prinzessin“) wird ein Star wegen seiner besonderen Leistung bezeichnet.

Bei einem Vergleich der Bezeichnungen fällt auf den ersten Blick auf, dass in den finnischsprachigen Zeitschriften keine Anglizismen für die Beschreibung der Mädchen und Frauen verwendet werden, während Anglizismen in der *Bravo* zahlreich vorkommen. In der *Bravo* dienen die meisten Bezeichnungen zur Beschreibung der Stars, was auf die große Anzahl an Storys über Stars zurückzuführen ist und darauf, dass die Stars

als positive oder negative Vorbilder angesehen werden sollen, sowohl in Bezug auf das Aussehen als auch in Bezug auf das Verhalten. Die hohe Anzahl an Bezeichnungen für die ganz normalen Mädchen in *Suosikki* zeigt, dass diese in den *Suosikki*-Zeitschriften mehr zu Wort kommen und auch einen Vorbildcharakter haben sollen. In beiden Zeitschriften bezeichnen sich die Mädchen ganz natürlich als *Mädchen* und *tyttö*. Darüber hinaus rückt in der *Bravo* das „coole“ und attraktive *Girl* als Vorbild in den Mittelpunkt, während es in der *Suosikki* eher die „toughe“ *mimmi* oder die selbstbewusste erwachsene Frau ist. In beiden Zeitschriften wird auf das unstete sexuelle Verhalten von Mädchen und Frauen eingegangen und es wird negativ bewertet. Stars mit herausragenden Leistungen werden mit Adelstiteln bezeichnet.

7 Aussehen der Mädchen

Als nächster Schritt soll untersucht werden, welche Maßstäbe die beiden untersuchten Zeitschriften im Allgemeinen in Bezug auf das Aussehen der Mädchen setzen. Zunächst sollen dafür die Bilder betrachtet werden.

In der Flut von Bildern in der *Bravo* muss man die *Normalo-Girls* eher suchen. Die meisten Seiten beschäftigen sich mit den Stars, deren Mode (z. B. „Top oder Flop?“) und deren Aufmachung. Es wird auch dazu aufgefordert, sie nachzuahmen: (2) „So stylst du dich wie dein Lieblings-TV-Star – Von casual bis Glamour: Hier gibt’s die coolen Looks deiner Fernsehhelden zum Nachmachen“ (*Bravo* 49/2010: 62 f.). Es gibt aber auch natürlich wirkende Mädchen in der *Bravo*, z. B. zu den Artikeln über die Berufswahl, in der Foto-Love-Story, in manchen Werbungen und im Abschnitt von Dr. Sommer. Der Anteil von Bildern mit natürlich aussehenden Jugendlichen und Vorbildern ist aber insgesamt höher in *Suosikki*. Auch der schultauglichen Mode der Jugendlichen und ihren persönlichen Schönheitsvorstellungen wird in der *Suosikki* insgesamt mehr Platz eingeräumt, z. B. in der Rubrik *Kysy kauneudesta* („Fragen zur Schönheit“). Es wird eher ein eigener Stil gefördert.

Auch im Bereich der Fitness wird sich in der *Bravo* an den Stars orientiert: (3) „Der Fitness-Coach der Stars packt aus – diese hotten Bodys hat er geformt“. (*Bravo* 51/2010: 88 f.) In erster Linie wird über die Sporthobbys der Stars geschrieben. Auch ein Comics befasst sich sehr deutlich mit der Figur und der persönlichen Fitness: (4) „Platz!!! – Platz doch selbst“ (*Bravo* 41/2010: 24). In den *Suosikki*-Zeitschriften werden die sportlichen Vorbilder unter anderen Jugendlichen gesucht. In jeder Zeitschrift werden Jugendliche mit ihrem Sporthobby vorgestellt, was den Lesern Lust aufs Ausprobieren machen soll.

Es werden in der *Suosikki* auch durch einige Artikel und in Leserspalten Tipps für eine normale Figur und gesunde Ernährung gegeben.

- (5) – Painoindeksi on noin 28 eli lievän ylipainon puolella. Normaalin ylärajana voidaan pitää arvoa 25. Olet nyt oikealla tiellä painosi normalisoinnissa suhteessa pituuteesi – karkit ja limut voit vaikkapa tässä vaiheessa jättää kokonaan pois. Nauti kunnan monipuolinen aamupala ja koululounas, välipala koulusta tultuasi ja kevyt ilta-ateria vaikkapa perheesi kanssa. Suosi tummaa leipää, vihanneksia, hedelmiä, niukkarasvaista lihaa ja kalaa. Koska olet vielä kehitysvaiheessa, nauti kohtuullisesti maitotuotteita, joista saat kalkkia ja valkuaista. Suosi terveellisiä rasvoja ja rypsiöljyä tai oliiviöljyä sekä leivän päällä kasvisöljypohjaista margariinia ja harrasta päivittäin liikuntaa tunnin verran. Terveellisillä elämäntavoilla saavutat Sinulle sopivan painon muutamissa kuukausissa.² (*Suosikki* 9/2010: 69.)

In der *Bravo* erfüllen diese Funktion die Werbung und erneut Artikel über Stars, die gesunde Milch trinken oder eine Magersucht durchgemacht haben. In der *Suosikki* wird hauptsächlich das Thema Schönheitsoperationen mithilfe eines Stars behandelt, und die Leser sind „kauhistuneet“ (‚erschüttert‘). Dementsprechend ist auch das Fazit: (6) „seksikkyteen tarvitaan vain seksikäs olo. Omistetaan tämä kuukausi sille, että meillä kaikilla on tosi kaunis olo.“³ (*Suosikki* 11/2010: 9).

² Dein BMI liegt bei 28, d. h. du bist leicht übergewichtig. Die normale Obergrenze liegt bei 25. Du bist also auf dem richtigen Weg, um dein Gewicht in Bezug auf deine Größe zu normalisieren – Süßes und Limo kannst du in dieser Phase ganz weglassen. Genieße ein gutes und vielseitiges Frühstück und Schulessen, eine Zwischenmahlzeit, wenn du von der Schule nach Hause kommst, und ein leichtes Abendessen, evtl. zusammen mit deiner Familie. Iss bevorzugt dunkles Brot, Gemüse, Obst, Fleisch und Fisch mit geringem Fettgehalt. Weil du dich in der Entwicklungsphase befindest, nimm reichlich Milchprodukte zu dir, durch die du Kalk und Eiweiß bekommst. Bevorzuge gesunde Fette, Rapsöl und Olivenöl sowie auf dem Brot Margarine aus pflanzlichem Fett. Treibe jeden Tag mindestens eine Stunde Sport. Durch eine gesunde Lebensweise erreichst du in wenigen Monaten ein für dich normales Gewicht.

³ Zum sexy sein braucht man nur ein sexy Gefühl. Widmen wir den Monat dem, dass wir alle ein sehr schönes Gefühl haben.

In den Leserspalten von *Suosikki* wird sehr gut beschrieben, wie die Mädchen während der Pubertät zu ihrem Aussehen stehen:

- (7) Ennen murrosikää itsevarmuuteni oli todella korkealla! Nyt se on lähellä nollaa tai sen alapuolella. En ole koskaan käyttänyt minihametta tai -shortseja, koska vihaan isokokoisia reisiäni! Tiukat paidatkaan eivät ole minun juttuni. Kesällä uimaan mennessäni tuntui, että olin aina tulipunainen ja minua nolotti aivan kamalasti.⁴ (*Suosikki* 9/2010: 72.)

Dieses Selbstbewußtsein versucht die Zeitschrift wieder aufzubauen:

- (8) Näkykö peilistä aivan väärä tyyppi? Kaukana ihanteista ja sopusuhtaisesta kropasta? Jep, sen kohtaaminen on aika rankka. Mutta muista, että juuri nyt olet kuin Linnanmäen Naurutalossa: peilit näyttävät väärin! Kun vuodet kuluvat, kuva kaunistuu ja peili suoristuu. Elämä on täynnä taikuutta!⁵ (*Suosikki* 9/2010: 72.)
- (9) Eli vika on siis peilissä! Ihminen kasvaa fyysisesti 21-vuotiaaksi (henkisesti ei tule koskaan valmiiksi), eli olet matkalla siksi ihanaksi naiseksi ja ihmiseksi, joka sinusta on tulossa [...] on paljon parempi pitää kiinni omasta tyylistään ja pukeutua, kuten haluaa.⁶ (*Suosikki* 9/2010: 72.)
- (10) Googlasin ”how to be ladylike” ja löytämäni lista näyttääkin ihanalta: Pukeudu tyylikkäästi, ole aina huoliteltu, ilmaise itseäsi selkeästi, kävele pää pystyssä, rakasta ja kunnioita itseäsi ja uskalla olla se nainen, joka olet aina unelmoinut olevasi.⁷ (*Suosikki* 8/2010: 13.)

Ein vergleichbarer Ansatz ist im Bodycheck der *Bravo* zu finden, wo sich jeweils ein Junge und ein Mädchen nackt fotografieren lassen und Aussagen über ihren Körper und ihre Sexualität machen:

- (11) Ich war die Erste in der Klasse, die einen Busen hatte. Mir war das einfach total peinlich! Überhaupt hatte ich der Pubertät total die Komplexe, was meinen Körper angeht. [...] Ich war einfach mit allem unzufrieden: Haare, Beine, Bauch. Deswegen habe ich auch angefangen, wie eine Verrückte Sport zu treiben. Jeden Tag Sit-ups und Übungen auf einem Stepper. [...] Auf das Aussehen habe ich immer viel Wert gelegt. Die richtigen Klamotten, der richtige Style. (*Bravo* 42/2010: 49.)

⁴ Vor der Pubertät hatte ich ein sehr hohes Selbstbewusstsein. Jetzt liegt es bei Null oder darunter. Ich habe nie Miniröcke oder Hot Pants verwendet, weil ich meine breiten Oberschenkel nicht mag! Auch enge Shirts sind nicht meins. Wenn ich im Sommer schwimmen gehe, fühle ich mich puderröt und geniert.

⁵ Sieht man im Spiegel einen falschen Typen? Fern vom Ideal und von einem ausgeglichenen Körper? Ja, damit fertigzuwerden ist nicht leicht. Der Fehler liegt im Spiegel. Wenn die Jahre vergehen, wird das Bild schöner und der Spiegel wird gerade. Das Leben ist voller Zauber!

⁶ Der Fehler liegt also im Spiegel! Der Mensch wächst physisch bis zum Alter von 21 Jahren (psychisch wird er nie fertig), d. h. du entwickelst dich gerade zu der wunderbaren Frau und zu dem wunderbaren Menschen, die aus dir werden sollen [...] es ist viel besser, an seinem eigenen Stil festzuhalten und sich zu kleiden, wie man Lust hat.

⁷ Ich habe gegoogelt, „wie man eine Lady wird“ und die von mir gefundene Liste klingt toll: Zieh dich stilvoll an, sei immer gepflegt, drücke dich klar aus, laufe aufrecht, liebe und schätze dich selbst und traue dich, die Frau zu sein, die du schon immer sein wolltest.

Insgesamt stehen in der *Bravo* mehr das gute Aussehen und die Fitness der Stars im Vordergrund, an dem sich die LeserInnen orientieren sollen. Die LeserInnen der *Suosikki* können sich wiederum mehr am Aussehen und der Fitness anderer Jugendlicher orientieren. Die Leserinnen der *Suosikki* werden eher dazu aufgefordert, ihren persönlichen Stil zu finden und die Frau in sich zu entdecken, die sie sein wollen.

8 Zusammenfassung

Bravo und *Suosikki* richten sich nicht an das gleiche Zielpublikum, was auch Auswirkungen auf das vermittelte Mädchenbild hat. Die Mädchen bezeichnen sich selbst zwar in beiden Zeitschriften als *Mädchen* bzw. *tytöt*, aber ihnen wird nicht auf die gleiche Weise Platz in den Zeitschriften eingeräumt. Während die *tytöt* mit ihrem Aussehen und ihrem persönlichen Stil in den *Suosikki*-Zeitschriften im Mittelpunkt stehen, sind es in den *Bravo*-Zeitschriften eher die Stars mit ihrem extravaganen Aussehen, die als Trendsetter fungieren sollen. In der *Suosikki* wird mehr auf die persönliche Entwicklung der Mädchen zur selbstbewussten erwachsenen Frau eingegangen und nicht so sehr in der pubertären Phase verharret. Als Vorbild der Jugendlichen gilt in den *Suosikki*-Zeitschriften die „toughe“ *mimmi*, während es in der *Bravo* das *Girl* ist, das sich noch einen Weg zum Erwachsenwerden bahnen muss.

Literatur

Primärliteratur

Bravo 41/2010, 42/2010, 49/2010, 51/2010
Suosikki 8/2010, 9/2010, 11/2010, 1/2011

Sekundärliteratur

- Bachofer, Wolfgang (2003). Charakteristika der deutschen Jugendsprache(n) – Charakteristika der gesprochenen deutschen Umgangssprache In: Eva Neuland (Hrsg.). *Jugendsprachen – Spiegel der Zeit. Internationale Fachkonferenz 2001 an der Bergischen Universität Wuppertal*. Frankfurt am Main: Peter Lang. (= Sprache – Kommunikation – Kultur. Soziolinguistische Beiträge Band 2). 61–76.
- Götzeler, Christiane (2008). *Anglizismen in der Pressesprache. Alte und neue Bundesländer im Vergleich*. Bremen: Hempen Verlag. (= Greifswalder Beiträge zur Linguistik Band 5).
- Haarala, Risto (Hrsg.) (2001). *Suomen kielen perussanakirja*. Helsinki: Edita.

Das Mädchenbild in finnischen und deutschen Jugendzeitschriften

- Koivisto, Johanna (2009). *Tunteita ja toimintaa. Tyttöyden rakentuminen Demi-lehden ihmissuhdeteksteissä*. Tampereen yliopiston sosiaalitutkimuksen laitoksen pro gradu-tutkielma. (= TUTKIVI Band 42).
- Löffler, Heinrich (2005). *Germanistische Linguistik*. 3., überarbeitete Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag. (= Grundlagen der Germanistik Band 28).
- Lüger, Heinz-Helmut (1995). *Pressesprache*. 2., überarb. Auflage. Tübingen. Max Niemeyer Verlag. (= Germanistische Arbeitshefte Band 28).
- Taittonen, Pia (1991). *Anglo-Amerikanismen im Deutschen und Finnischen am Beispiel der Jugendzeitschriften ‚Bravo‘ und ‚Suosikki‘*. Magisterarbeit an der Universität Vaasa.