

*Typisch Mann: Die Repräsentation von Männlichkeit in
Cosmopolitan Online*

Bachelorarbeit
Elisa Vatanen

Universität Jyväskylä
Institut für Sprachen und Kommunikationswissenschaft
Deutsche Sprache und Kultur

4.5.2017

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Elisa Vatanen	
Työn nimi – Title <i>Typisch Mann: Die Repräsentation von Männlichkeit in Cosmopolitan Online</i>	
Oppiaine – Subject Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Kandidaatintutkielma
Aika – Month and year Toukokuu 2017	Sivumäärä – Number of pages 31
Tiivistelmä – Abstract <p>Sukupuolten välisestä tasa-arvosta ja siitä, että sukupuoliin liittyvien stereotyyppien käyttö tulisi lopettaa, on käyty viime vuosina keskustelua kasvavassa määrin. Jotkin mediat kuitenkin jatkavat ennakkoluulojen ja stereotyyppien vahvistamista, vaikka kaikkea ei sanottaisikaan eksplisiittisesti.</p> <p>Tässä kandidaatintutkielmassa keskitytään siihen, millainen kuva miehistä annetaan <i>Cosmopolitan</i>-lehden saksalaisella Internet-sivulla. Materiaalina käytettiin kahta <i>miehet</i>-palstalla julkaistua artikkelia, joista toisen aiheena oli se, millaisissa tilanteissa miehet valehtelevat ja toisen se, mitä miehet todella tarkoittavat tekstiviesteillään. Tutkimuksessa analysoitiin objektiivisuuden vuoksi myös kyseisen palstan etusivua, jotta voitaisiin todeta, edustavatko artikkelit <i>Cosmopolitanin</i> yleistä linjaa. Tutkimus toteutettiin kriittisen diskurssintutkimuksen avulla.</p> <p><i>Cosmopolitan</i> itse kritisoi eräässä artikkelissaan miehiin kohdistuvia ennakkoluuloja ja stereotypioita ja kehottaa naisia muistamaan, etteivät kaikki miehet ole heidän vihollisiaan. Oma hypoteesini tutkimuksen tuloksista oli kuitenkin, että miehistä annettava representaatio tutkittavassa materiaalissa on vähintään jossain määrin negatiivinen. Analyysissä kävi ilmi, että molemmat artikkelit esittävät miehet ennen kaikkea valehtelijoina ja jossain määrin myös tyhminä. Selvisi myös, että syy miesten valehtelemiseen on <i>Cosmopolitanin</i> mukaan useimmiten halu olla loukkaamatta naista totuudella. Koska myös miehet-palstan etusivulla oli vahvoja viittauksia kyseisiin diskursseihin, voitaneen todeta, että kyseinen tapa esittää miessukupuoli on jokseenkin yleinen saksalaiselle <i>Cosmopolitanille</i>.</p>	
Asiasanat – Keywords Diskurssintutkimus, representaatio, Cosmopolitan, saksan kieli, Diskursanalyse	
Säilytyspaikka – Depository JYX	
Muita tietoja – Additional information	

Inhaltsverzeichnis

1 EINLEITUNG	7
2 COSMOPOLITAN	8
2.1 Cosmopolitan damals und heute	8
2.2 Cosmopolitan online	9
2.3 Überblick über das Ressort <i>Männer</i>	10
3 DISKURSFORSCHUNG	11
3.1 Sprache und Diskurs	12
3.2 Repräsentation	12
4 MATERIAL UND VORGEHEN	13
4.1 Material	13
4.2 Forschungsfragen und analytisches Vorgehen	14
5 DISKURSE IN COSMOPOLITAN ONLINE	15
5.1 Lügnerdiskurs	15
5.2 Dummheitsdiskurs	17
5.3 Rücksichtsdiskurs	19
6 DISKUSSION	20
7 SCHLUSSBETRACHTUNG	21
LITERATURVERZEICHNIS	23
 ANHANG 1: DAS MÄNNER-WÖRTERBUCH: DAS BEDEUTEN SEINE NACHRICHTEN WIRKLICH	
 ANHANG 2: 10 MOMENTE, IN DENEN ER UNS AUF JEDEN FALL ANGELOGEN HAT	
 ANHANG 3: MÄNNER – WIR KÖNNEN NICHT OHNE	

1 Einleitung

Die Idee, dass Geschlechterstereotype vermieden werden sollen, ist in den letzten Jahrzehnten zur Diskussion gestellt worden. Jedoch tragen bestimmte, insbesondere populäre Medien ihren Teil dazu bei, Vorurteile und Stereotype weiter zu verstärken, auch wenn alles nicht explizit geäußert wird.

Das Ziel meiner Arbeit ist, durch das Untersuchen von zwei in der Online-Ausgabe der *Cosmopolitan Deutschland* erschienenen Artikeln herauszufinden, wie Männer in der deutschen *Cosmopolitan* repräsentiert werden. Außerdem wird untersucht, ob die Texte typisch für ihre Themenbereiche sind und ob sie die allgemeinen Ansichten von *Cosmopolitan* vertreten. Es soll auch herausgefunden werden, was für Gemeinsamkeiten und Unterschiede es zwischen den zwei Artikeln gibt.

Cosmopolitan selbst redet von *Alpha-Frauen*, die sich nichts mehr gefallen lassen. Dazu nimmt sie Stellung wie folgt:

Die Fronten sind verhärtet. Deshalb muss ein Perspektivwechsel her, glaubt COSMO: "So kann das alles nicht funktionieren. Hass, Frust, Vorurteile: Die Sexismus-Diskussion hat leider alle Sachlichkeit verloren. Trotz aller Provokationen sollten emanzipierte Frauen nicht vergessen, dass nicht alle Kerle sind [sic] ihre Feinde sind." (Hezel, Anna 2017)

Basierend auf meinen eigenen Erfahrungen mit *Cosmopolitan* ist meine Hypothese jedoch, dass die Artikel zumindest teilweise relativ generalisierend in Bezug auf das Verhalten von Männern und das Männerbild im Allgemeinen sind.

Ich bin auf die Idee gekommen, die Repräsentation von Männlichkeit zu untersuchen, weil Sexismus sich auch gegen Männer richten kann und weil meine persönliche Meinung ist, dass über die Tatsache nicht genug gesprochen wird. Außerdem interessiert mich, ob *Cosmopolitan* selbst ein Teil des Problems ist, wovon sie redet oder ob sie wirklich versucht, Vorurteile gegen Männer durch ihre Texte abzubauen. Ich finde diese Untersuchung relevant, weil die Medien eine große Rolle in der Identitätsbildung der Menschen spielen, auch dann, wenn die Artikel mit Ironie geschrieben sind.

Im zweiten Kapitel wird genauer auf *Cosmopolitan* bzw. auf ihre Geschichte und den aktuellen Zustand eingegangen. Im darauffolgenden Kapitel werden sowohl das

Thema Diskursforschung als auch die dazu gehörenden und für meine Arbeit wesentlichen Begriffe behandelt. Schließlich werden die ausgewählten, im fünften Kapitel vorzustellenden Artikel mithilfe der kritischen Diskursforschung analysiert und die Ergebnisse der Analyse vorgestellt. Nach dem Literaturverzeichnis befinden sich drei Anhänge, die die wortwörtlich kopierten Artikel und den Einführungstext zum Ressort *Männer* beinhalten.

2 *Cosmopolitan*

2.1 *Cosmopolitan* damals und heute

Cosmopolitan ist das größte Frauenmagazin der Welt und ist auch im deutschsprachigen Raum, d.h. in Deutschland, Österreich und in der Schweiz¹ eine der erfolgreichsten monatlichen Frauenzeitschriften. Die deutschsprachige *Cosmopolitan*, die seit dem Jahr 1980 erscheint, ist eine Publikation des *Verlages Bauer Media Group*² (Presseportal Deutschland). Heute hat *Cosmopolitan* Ausgaben in 80 Ländern und weltweit ungefähr 17 Millionen Leserinnen³ pro Monat (Hearst Corporation).

Die im Jahre 1886 in den USA als Familienzeitschrift gegründete *Cosmopolitan*⁴ konzentrierte sich ursprünglich auf Artikel über Familie, Kochen und Zuhause (McGuire 2010), aber verwandelte sich während ihrer ersten Jahrzehnte zu einem allgemeinen Magazin, das sich u.a. mit Literatur, investigativem Journalismus und internationalen Themen beschäftigte (Landers 2010, 8).

Vor der Ära der Chefredakteurin Helen Gurley Brown gab *Cosmopolitan* literarische Texte von weltweit bekannten Schriftstellern heraus, einschließlich Jack London, Mark Twain, Edith Wharton und Leo Tolstoy (Ruiz 2013). Die Erfindung des Fernsehgeräts führte aber zu fallender Nachfrage nach Magazinen, die auf fiktionalen Texten basierten, weswegen die Richtung von *Cosmopolitan* verändert wurde (McGuire 2010). Im Jahre 1965, als die bis 1997 amtierende Helen Gurley Brown als

¹ Keine anderen deutschsprachigen Länder werden auf der Webseite von Hearst erwähnt

² Bis 2012 erschien *Cosmopolitan* im Schweizer Verlag Marquard Media.

³ Weil die Mehrheit von der Leserschaft aus Frauen besteht, wird im weiteren die feminine Form benutzt.

⁴ Damals *The Cosmopolitan Magazine*

Chefredakteurin antritt und die bedrohte *Cosmopolitan* gleich zu einer für junge Frauen konzipierten Zeitschrift verwandelte, fing die Popularität des Magazins an zu wachsen (Winship 1987, 106, zitiert in: Kauppinen 2011, 109).

Mit Gurley Brown fing *Cosmopolitan* an, Artikel über Sex und andere Tabuthemen der Zeit zu schreiben und vor allem die sexuelle Freiheit der Frauen hervorzuheben (Benjamin 2007). Heutzutage ist *Cosmopolitan*, deren Motto *fun. fearless. female*⁵. lautet, nicht mehr nur ein Magazin, sondern die größte an junge Frauen gerichtete Medienmarke (Cosmopolitan Media Kit 2017).

2.2 *Cosmopolitan online*

Laut der Information der Internetseite von *Bauer Advertising* besteht die Zielgruppe von der deutschsprachigen *Cosmopolitan Online* aus Frauen zwischen 20 und 39 Jahren (siehe Tabelle unten). Bis zu 75 Prozent der Leserschaft sind Frauen und die Online Ausgabe soll den Leserinnen „wie eine erfahrene Freundin“ u.a. bei Sex und Liebe helfen sowie dabei, Männer besser zu verstehen (Bauer Advertising).

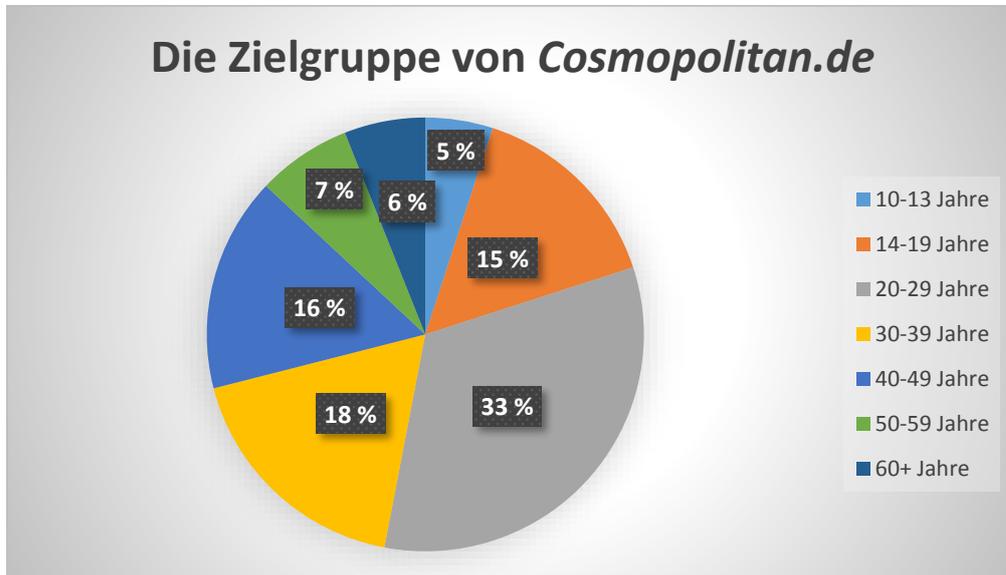


Tabelle 1: Die Zielgruppe von *Cosmopolitan.de* nach Alter in Prozenten (Bauer Advertising)

⁵ Deutschsprachige Version: *stark. smart. sexy.*

Cosmopolitan Online besteht aus fünf Hauptbereichen bzw. Ressorts, und zwar *Mode*, *Beauty*, *Liebe*, *Trends* und *Horoskope*. Außerdem sind die Themenbereiche *Abo* und *Spiele* vorhanden, sie beinhalten aber wenige oder keine Artikel. Unter dem in Bezug auf diese Arbeit relevantesten Ressort *Liebe* befinden sich fünf Unterbereiche: *Sex*, *Beziehung*, *Flirten*, *Männer* und *Hochzeit*. Im nächsten Kapitel wird näher darauf eingegangen, was das Unterressort *Männer* beinhaltet.

2.3 Überblick über das Ressort *Männer*

Zum Zeitpunkt der Untersuchung (April 2017) sind auf der Startseite des *Männer*-Unterressorts insgesamt dreizehn Artikel vorhanden, von denen nur der Titel und die Illustration⁶ zu sehen sind. Für jeden Artikel sind oberhalb der Überschrift auch kurze Beschreibungen oder Stichwörter bzw. Schlagzeilen vom Inhalt des Textes vorhanden. Damit an Deutlichkeit gewonnen wird, sind sowohl die Überschriften als auch die in kursiv geschriebenen Beschreibungen der Artikel in der Tabelle unten aufgelistet worden.

Schlagzeile	Überschrift
<i>Überraschung</i>	Männer sind Beziehungsjunkies, Frauen brauchen Freiraum
<i>NoFap</i>	Warum sich diese Männer nicht mehr selbst befriedigen
<i>Figging Sexpaktik</i>	Scharf oder schmerzhaft: Alles über den feurigen Fetisch
<i>Männerfantasien</i>	Top 10 Sexfantasien: Davon träumen Männer im Bett wirklich
<i>Sex-Position</i>	Das ist die Lieblingsstellung der Deutschen
<i>Wann fragt er endlich?</i>	5 Gründe, warum er dich noch KEINEN Antrag gemacht hat
<i>Ein Mann verrät</i>	Woran denken Männer, um eine Erektion loszuwerden?

⁶ Die Illustrationen werden aber nicht beschrieben, weil die Entscheidung getroffen wurde, in dieser Arbeit keine Bilder zu analysieren.

<i>Mal ehrlich, Männer</i>	Zählen Männer wirklich, mit wie vielen Frauen sie Sex hatten?
<i>11 Frauen berichten</i>	So fühlt es sich an, wenn uns Männer dumm anmachen
<i>Tinder vs. Bumble</i>	Die Dating-Apps im Test – Das können sie wirklich!
<i>Männer antworten</i>	Was machen Frauen beim Sex falsch?
<i>Sexy Jobs</i>	Auf diese Berufe stehen wir am meisten beim anderen Geschlecht
<i>Studie zu Verliebtheit</i>	Och nö, so schnell verschwinden die Schmetterlinge im Bauch?

Tabelle 2: Überblick auf die Artikel im *Männer*-Ressort

Außerdem befindet sich auf der Seite auch ein Text mit dem Titel *Männer – wir können nicht ohne* in einer Länge von drei Abschnitten, in dem der Bereich als Ganzes präsentiert wird. Auffällig bei den Themen der Artikel ist, dass sie großenteils entweder Sex oder Beziehungen behandeln. Sowohl der Präsentationstext als auch die Überschriften und Schlagzeilen werden genauer in dem Analyseteil betrachtet.

3 Diskursforschung

In der *Diskursforschung* werden sprachliche Äußerungen als soziale Handlungen verstanden. Einen Diskursforscher interessiert vor allem, was für Einflüsse die Sprache und der Sprachbenutzer aufeinander haben und außerdem, wie die Sprache unter unterschiedlichen Umständen funktioniert (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 9, 14). Laut Pietikäinen und Mäntynen (2009, 139) basiert die Diskursforschung auf der Idee, dass der Untersucher und das Untersuchte Teil derselben Welt sind, die aus Bedeutungen, die die Menschen Phänomenen und Ereignissen geben, besteht.

Die Diskursforschung besteht aus mehreren Ebenen bzw. aus der *Mikro-* und der *Makroebene*. Dass beim Untersuchen der Sprache die Mikroebenen berücksichtigt werden, heißt, dass die Grammatik, die Struktur und das Wortschatz unter die Lupe genommen werden. Mit *Makroebene* wiederum sind die größeren gesellschaftlichen Zusammenhänge gemeint, mit denen die sprachlichen Faktoren des analysierten Textes verbunden werden. In den letzten Jahren haben viele Diskursforscher danach

gestrebt, das Verhältnis zwischen den Mikro- und Makroebenen, sowie ihre Mobilität, und wie sie gleichzeitig in einem Text funktionieren, zu beleuchten (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, 16, 18-19).

Der Zweck einer *kritischen Diskursanalyse* ist, einen Text im Hinblick auf die jeweilige Kultur, Gesellschaft und Geschichte sowie ihre Wirkungen auf die Sprache zu untersuchen. Das Ziel dabei ist, ein umfangreicheres Verständnis über das Verhältnis zwischen der Sprache und der Welt zu bekommen. (Pietikäinen & Mäntynen, 2009, 13, 19.)

3.1 Sprache und Diskurs

Laut der Diskurstheorie ist die Sprache ein Stoff, dessen Bearbeitung und Gebrauch zu unterschiedlichen Ergebnissen führt. Obwohl Sprache als System reguliert, was überhaupt gesagt werden kann, hat der Sprachbenutzer die Freiheit selbst zu entscheiden, wozu er das System ausnutzen will bzw. wie er die Sprache in unterschiedlichen Situationen gebraucht (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 12, 14).

Die Diskursforscherin Sara Mills beschreibt den Begriff *Diskurs* wie folgt:

Ein Diskurs ist eine Menge von sanktionierten Aussagen, denen eine bestimmte institutionelle Kraft innewohnt, was wiederum bedeutet, dass sie einen nachhaltigen Einfluss auf das Denken und Handeln von Individuen haben (Mills 1997, 66).

Pietikäinen und Mäntynen (2009) beschreiben den Diskurs als eine sprachliche und semiotische Handlung, die sowie interaktionelle als auch soziale Bedingungen und Folgen hat. Unter der Pluralform *Diskurse* dagegen werden stabile, situationsunabhängige Weise verstanden, Sachen zu beschreiben und zu versinnbildlichen (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 26-27).

3.2 Repräsentation

Die repräsentative Macht von Diskursen wird mit ihrer Fähigkeit, Ereignisse und Menschen als wahr vorzustellen, verbunden. Zusätzlich zu den sprachlichen

Ressourcen werden von Sprachbenutzern beim Bauen und Beschreiben der Information auch diskursive Ressourcen genutzt. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 53.)

Während Bedeutungen anhand von Diskursen eingeordnet werden, wird das von den Diskursen behandelte Thema sowie die mit ihm verbundenen Akteure und deren Verhältnisse und Identitäten als *Repräsentation* bezeichnet. Die Diskurse haben die Macht, Phänomenen einen Namen zu geben und hierarchisch einzuordnen, was in Verbindung mit einer gesellschaftlichen und geschichtlichen Sprachgebrauchssituation einflussreiche Repräsentationen schafft. Beim Untersuchen dieser Beschreibungsmacht liegt das Gewicht darauf, dass Diskurse viele verschiedenen Weisen haben, Bedeutungen einzuordnen. Wie ein Thema präsentiert wird, ist von der Person abhängig, die es behandelt. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 54-56.)

4 Material und Vorgehen

4.1 Material

Als Material wurden zwei Artikel aus der Online Ausgabe der *Cosmopolitan Deutschland* verwendet. Beide Artikel sind unter den Ressorts *Liebe* und *Männer* aufgeführt und haben beinahe die gleiche Länge. Die Texte sind nicht im gleichen Jahr erschienen: der eine stammt aus dem Jahr 2014 und der andere aus 2016. Sie können jedoch als vergleichbar angesehen werden, weil es um Unterhaltungstexte geht und weil das Männerbild sich mittlerweile nicht verändert hat bzw. dass die Texte einen Abstand von zwei Jahren haben, hat keinen Einfluss auf den Inhalt der Artikel.

Ich habe mich dafür entschieden, gerade diese zwei Artikel zu untersuchen, weil die beiden Titel *Das Männer-Wörterbuch: Das bedeuten seine Nachrichten wirklich* und *10 Momente, in denen er uns auf jeden Fall angelogen hat*, die sehr extrem sind, meine Aufmerksamkeit geweckt haben. Um die ausgewählten Texte aber möglichst objektiv zu betrachten, werden sie in Bezug auf andere, zu denselben Themenbereichen gehörenden Artikeln betrachtet.

Ich habe mich dafür entschieden, nur *Cosmopolitan* zu untersuchen, denn anhand der zwei Texte sowie des Überblicks auf andere Artikel soll herausgefunden werden, wie die allgemeine Darstellung von Männern in *Cosmopolitan Online* erfolgt. Deswegen wäre es nicht relevant, Artikel aus anderen Magazinen zu analysieren. Weil die Arbeit in Finnland durchgeführt wird und es deswegen wesentlich leichter ist, Zugang zu der Online-Version von *Cosmopolitan* zu erhalten, wurde die Entscheidung getroffen, nur Online-Artikel statt im gedruckten Magazin erschienene Artikel zu analysieren.

4.2 Forschungsfragen und analytisches Vorgehen

Diese Arbeit ist qualitativ. Laut Pietikäinen und Mäntynen (2009) werden qualitative Untersuchungsmethoden in vielen Disziplinen, einschließlich der Diskursforschung, verwendet. Eine qualitative Untersuchung konzentriert sich vor allem auf das Verstehen der Bedeutungswelt der Menschen bzw. darauf, wie die Menschen sich verhalten und was für Interpretationen und Bedeutungen sie in der Interaktion bilden. (Pietikäinen & Mäntynen 2009, 139.)

Diese Arbeit wird mithilfe der im vierten Kapitel behandelten Diskursforschung durchgeführt. Die Forschungsfragen sind wie folgt:

1. Wie werden Männer in den Artikeln der *Cosmopolitan Online* repräsentiert?
2. Was für Unterschiede und Gemeinsamkeiten gibt es zwischen den zwei Artikeln?
3. Mit welchen sprachlichen Mitteln kommen die Diskurse zum Vorschein?
4. Vertreten die Diskurse die allgemeine Linie der *Cosmopolitan*?

In der Arbeit wurde zuerst das Unterressort *Männer* grob analysiert, d.h., die auf der Startseite vorhandenen 13 Artikel wurden anhand der Titel und Informationsschlagzeile analysiert und in Bezug auf diskursbildende sprachliche Mittel untersucht. Hierbei wurde versucht, ein Gesamtbild von der Online-Ausgabe von *Cosmopolitan* zu gewinnen, mit dem die zwei genauer analysierten Artikel dann verglichen werden konnten.

Nach der ersten Phase wurde ebenfalls in den zwei ausgewählten Artikeln nach diskursbildenden sprachlichen Mitteln gesucht, die markiert und dem Inhalt und Diskurs entsprechend in Gruppen eingeteilt wurden. Die gefundenen Diskurse werden

in den Kapiteln 5-5.3 vorgestellt und anhand von kursiv markierten Beispielen⁷ begründet.

Es soll deutlich gemacht werden, dass, obwohl sich diese Arbeit nur auf das Männerbild konzentriert, in den zwei genauer untersuchten Artikeln und in den anderen Artikeln auch implizite Referenzen auf das angenommene Verhalten von Frauen vorkommen.

5 Diskurse in *Cosmopolitan Online*

In dem in dieser Arbeit analysierten Material kommen am deutlichsten drei Diskurse zum Vorschein, und zwar sind das der *Lügnerdiskurs*, der *Dummheitsdiskurs* und der *Rücksichtsdiskurs*. In den folgenden Kapiteln werden sie anhand von Beispielen vorgestellt. Außerdem wird darauf geachtet, ob sich in der früher vorgestellten Startseite des Ressorts *Männer* Hinweise auf dieselben Diskurse befinden. Es ist aber erwähnenswert, dass die vorzustellenden Diskurse keine absoluten Wahrheiten sind, sondern auf meinen eigenen Beobachtungen berufen.

5.1 Lügnerdiskurs

Die Behauptung, dass jeder Mann seine Freundin anlüge, kommt sowohl im dem ersten Artikel⁸ *Das Männer-Wörterbuch: Das bedeuten seine Nachrichten wirklich*, als auch in dem zweiten⁹ *10 Momente, in denen er uns auf jeden Fall angelogen hat*, häufig ebenso explizit wie implizit vor. Der Lügnerdiskurs wird mit rhetorischen Mitteln, wie *Übertreibung*, *Verstärkungswörter* und *Intertextualität*, vermittelt. In diesem Kapitel wird näher darauf eingegangen, in welcher Weise sich der Lügnerdiskurs präsentiert und konstruiert wird.

Artikel 1 verspricht in seiner Überschrift, den Leserinnen zu enthüllen, *was seine Nachrichten wirklich bedeuten* würden, was bereits darauf hinweist, dass die

⁷ Die Beispiele sind zwar nicht immer wörtlich zitiert, d.h. die Form der Wörter kann bearbeitet worden sein, damit das Zitat zum Fließtext passt, aber der Inhalt des Zitates ist gleichgeblieben.

⁸ Im Weiteren Artikel 1

⁹ Im Weiteren Artikel 2

Nachrichten keine wirklichen Meinungen der Männer beinhalten, sondern eine verblümete Wahrheit, die von den Frauen richtig interpretiert werden müsse. In ihrem Artikel interpretiert die Autorin Milena Dorka eine Nachricht wie folgt: “LOL” =

Ich bin nicht am „laughing out loud“¹⁰ aber ich musste Lächeln [sic]. Wenn der Mann wiederum Vielleicht schreibt, soll das heißen: Nein, auf keinen Fall. Das komplette Gegenteil von Ja, aber ich will deine Gefühle nicht mit einem "Nein" verletzen. Dass Dorka das Wort wirklich erst durch das Unterstreichen und später durch das Großschreiben des Wortes hervorhebt, zeigt an sich, dass ihre eigene Einstellung zum Thema eindeutig ist. Eins ihrer extremsten Interpretationen lautet wie folgt:

“ Ich hab deine SMS nie bekommen.”

Natürlich habe ich sie bekommen, aber ich hab so viele Tinder und Bar-Kontakte in meinem Handy, da verliere ich auch mal den Überblick. Ich hab nicht geantwortet, weil ich in dem Moment mehr Interesse an jemand anderen [sic] hatte. Aber jetzt hab ich Zeit.

Die Autorin des Artikel 2, Anika Baldzun, äußert schon in der Überschrift, dass Männer mindestens in einigen Fällen *auf jeden Fall* lügen. Dies begründet sie anhand von 10 Beispielen, in denen zu jeder Lüge eine extreme Interpretation gegeben wird. Ein Beispiel:

Wenn wir fragen, ob seine Ex hübsch war – „Eigentlich war sie schon ein heißes Teil“, denkt er sich insgeheim, antwortet aber im besten Fall: „Nicht so hübsch wie du!“

Der Lügnerdiskurs wird in den Artikeln eindeutig durch rhetorische Mittel, und zwar vor allem durch Hyperbel, d.h. Übertreibung konstruiert:

“Nächste Woche ist wirklich RICHTIG stressig bei mir.”

Ich habe kein Interesse daran, Zeit für dich zu machen, aber bekomme es irgendwie hin, für alles und jeden anderen in meinem Leben Zeit zu finden.

Modalwörter lassen sich beispielsweise dadurch zeigen, dass der Mann nach einer Lüge *etwas steif lächelt*. Im Artikel 2 ist ein humorvoller intertextueller Verweis auf Pinocchio vorhanden: *Er bekommt zwar keine lange Nase. In den meisten Fällen wissen wir trotzdem ganz genau, wenn er uns anlügt.*

¹⁰ Auf Deutsch: *laut loslachen*

Sowohl Dorka als auch Baldzun gehen davon aus, dass Männer aufgrund ihres Geschlechts automatisch zum Lügen neigen bzw. die Wahrheit nicht direkt, sondern beschönigt mitteilen. Anhand der obengenannten Beispiele kann gefolgert werden, dass Männer laut *Cosmopolitan Online* lügen, entweder, um Konflikte zu vermeiden, oder aus reiner Höflichkeit bzw. um Frauen durch ihre Wörter nicht zu verletzen. Auch die Schlagzeile eines auf der Startseite des *Männer*-Bereichs vorhandenen Artikels, *Mal ehrlich, Männer*, verteilt die Auffassung, dass Männer im Regelfall unehrlich seien, und dass die Wahrheit eher eine Ausnahme ist.

5.2 Dummheitsdiskurs

In diesem Kapitel wird anhand von Textbeispielen der zweite Diskurs vorgestellt, in dem es darum geht, dass Männer nicht besonders klug oder zumindest weniger intelligent als Frauen seien, was zwischenmenschliche Beziehungen betrifft. *Verstärkungswörter*, *Gegenüberstellung* und *Humor* spielen eine bemerkenswerte Rolle beim Konstruieren des Dummheitsdiskurses. Der vorzustellende Diskurs ist vor allem in Artikel 2 deutlich vorhanden.

Baldzun stellt schon in der Einleitung des Artikels 2 die folgende Behauptung auf: *Er bekommt zwar keine lange Nase. In den meisten Fällen wissen wir trotzdem ganz genau, wenn er uns anlügt.* Später schreibt sie über eine Situation, wo der Mann seiner Frau oder Freundin sagt, dass die Größe ihrer Brüste für ihn keine Rolle spiele, wobei *sie sich kurz an die Poster in seinem Jugendzimmer zurückerinnert, aber sich doch lieber mit seiner Antwort zufriedengibt.* Aus den Zitaten lässt sich ersehen, dass die Frau die Gedankengänge ihres Mannes durchschaut, und die Macht hätte, falls notwendig, die Lüge aufzudecken. Sie lässt es aber sein, eventuell deswegen, weil der Mann gesagt hat, was sie eigentlich hören wollte.

Der Eindruck soll vermittelt werden, dass Frauen den Männern gedanklich bzw. intellektuell immer einen Schritt voraus sind. Wenn der Mann sagt, dass er *mit seinen Kumpels nur gemütlich was trinken war*, kann die Frau sofort folgern, dass das tatsächlich nicht der Fall war, weil *er heute tellergroße Augenringe und keine Stimme mehr hat*, und dass *er mit Stammkneipe wohl die Tequila-Bar, die Großraumdisko und den Strip-Club meint.*

Die Behauptung, dass Frauen laut Baldzun eigentlich an der Macht seien, lässt sich auch in der folgenden Textstelle nachvollziehen:

Wenn wir ihn fragen, ob alle Männer Pornos schauen

Die Frage haben wir extra schon so formuliert, dass er sich im Schutz seines schwachen Geschlechts ruhig als Porno-Gucker outen kann. Er hat allerdings den Braten gewittert und behauptet, er habe noch nie einen Sex-Film gesehen. Wir lachen amüsiert. Er behält sein Pokerface. Natürlich könnten wir jetzt heimlich seine Browser-Chronik checken. Doch so wichtig ist es uns dann doch nicht.

Die angenommene Macht der Frauen wird beispielsweise dadurch vermittelt, dass die Frauen die Antwort durch das Formulieren der Frage beeinflussen wollen und dass die Männer als schwach beschrieben werden. Wenn der Mann auf eine Frage antwortet, soll die Frau *amüsiert lachen*, weil sie die Wahrheit wisse und sein Pokerface durchschauen würde.

In ihrem Artikel behauptet Baldzun auch, dass Männer mitunter unaufmerksam oder vergesslich seien. Dies lässt sich beispielsweise dadurch zeigen, dass Männer laut der Autorin sich nicht an ihren ersten Kuss mit der Freundin erinnern würden, und anstatt das zuzugeben, etwas in der Art von *ich meine, danach im Auto ... äh, vor deiner Haustür?*, anbieten. Ein Beispiel für die Unaufmerksamkeit ist, dass es den Männern *ganz ehrlich egal* sei, welches von zwei Kleidern die Frau anziehen soll, weil *er gar keinen Unterschied erkennt*. Vergesslichkeit wird oft mit Dummheit assoziiert und das Wort Adjektiv *vergesslich* ist laut *Duden Online* synonym zu u.a. *unkonzentriert*, *kopflo* und *schusselig*, weswegen auch die oben genannten Belege als Teil des Dummheitsdiskurses angesehen werden.

Eine der in den Artikeln vorhandenen rhetorischen Mittel ist die *Gegenüberstellung* und zwar in dem Sinn, dass die Frau immer die richtige Antwort bzw, die Wahrheit wisse und der Mann nicht. Dass die Männer dümmer seien, wird auch durch Humor bzw. Ironie und Modalitätswörter hervorgehoben: Sie antworten *keuchend* und versuchen, ihre schlechte Lüge mit *äh, ich meine ...* zu retten.

5.3 Rücksichtsdiskurs

In beiden Artikeln wird die Meinung vermittelt, dass der Grund dafür, dass Männer ihre Freundinnen anlügen, Höflichkeit sei. Außerdem sind in den Texten Hinweise darauf, dass Männer auch aufmerksam sein können, vorhanden. In diesem Kapitel wird darauf eingegangen, in welcher Weise der vorhandene Diskurs vorkommt.

Im Artikel 2 kommt die Rücksicht dadurch zum Vorschein, dass der Mann oft diejenige Antwort gibt, die die Frau vermutlich hören will. Wenn die Frau fragt, ob er mit ihr und ihren Freundinnen ausgehen möchte, bejaht er es auch, wenn das *für ihn nach einem Albtraum in Pink klingt* und er *lieber zu Hause Playstation zocken möchte*. Außerdem versichert er seiner Freundin, dass er an ihrem Körper vermisst, obwohl er in Wirklichkeit ganz anderer Meinung ist, wie schon im Kapitel 5.1 erwähnt wurde. Wenn der Mann nach seiner Ex gefragt wird, würde er die Situation mit einem diplomatischen *Nicht so hübsch wie du!* retten, auch wenn dies seiner Meinung nach nicht der Fall sei.

Laut Artikel 1 hingegen drücken Männer die Höflichkeit mithilfe von Textnachrichten aus. Wie früher in Kapitel 5.1 erwähnt wurde, antworten Männer auch dann mit einem *LOL*, wenn der Inhalt der Nachricht ihn nur zum Lächeln gebracht hat oder mit einem *vielleicht*, obwohl er eigentlich *nein* sagen möchte. Falls der Mann sich für die Frau dahingegen wirklich interessiert, drückt er das z.B. durch eine Nachricht aus, in der er direkt fragt, was sie am Wochenende vorhat.

Ein deutlicher Hinweis auf den Rücksichtsdiskurs lässt sich auch in dem Präsentierungstext des Bereichs *Männer* feststellen, und zwar dadurch, dass die Männer die Frauen *mit diesem einen vergnügten Kopfschütteln den Arm nehmen, wenn „Grey’s Anatomy“¹¹ mal wieder auf die Tränendrüse drückt*. Im Licht der vorgestellten Beispiele kann dargelegt werden, dass Männer laut den Texten auch die Gefühle der Frauen berücksichtigen können.

¹¹ Eine amerikanische Dramaserie

6 Diskussion

Das Ziel dieser Arbeit war mithilfe kritischer Diskursforschung herauszufinden, wie Männer in den zwei ausgewählten in *Cosmopolitan Online* erschienenen Artikeln repräsentiert werden, ob die Ergebnisse für den Bereich *Männer* typisch sind und was für Gemeinsamkeiten und Unterschiede es zwischen den Artikeln gibt.

Die vorgestellten Diskurse überlappen sich und stehen teilweise in Konflikt miteinander: Auf der einen Seite lässt sich in mehreren Textstellen feststellen, dass Männer von Zeit zu Zeit unaufmerksam seien; auf der anderen Seite kommt die Behauptung vor, dass sie aus Aufmerksamkeit lügen bzw. die Gefühle von Frauen schützen wollten. Der dominierende Diskurs ist jedoch derjenige von den Männern als Lügner.

Ein bemerkenswerter Unterschied zwischen den analysierten Artikeln ist, dass im Artikel 1 davon ausgegangen wird, dass den Frauen erzählt werden muss, was Männer mit ihren Nachrichten wirklich sagen wollen. Im Artikel 2 dahingegen wird impliziert, dass den Frauen schon bewusst ist, dass Männer lügen, und zwar auch, was die Wahrheit ist. Es kann auch festgestellt werden, dass die Artikel dem Gesamtbild des *Männer*-Bereichs einigermaßen entsprechen: auf der Website sind deutliche Hinweise auf zwei von den drei bezeichneten Diskursen vorhanden, und zwar sind das der Lügnerdiskurs und der Rücksichtsdiskurs.

Weil die Makroebenen d.h. die größeren gesellschaftlichen Zusammenhänge ein wichtiger Teil einer kritischen Diskursanalyse sind, müssen sie auch in dieser Arbeit in Betracht gezogen werden: Dass Frauen einen langen Weg der Emanzipation¹² gegangen sind und mit jedem Tag näher zur Gleichberechtigung der Geschlechter sind, lässt sich heutzutage u.a. in den Medien verfolgen. Ein Grund für die Ergebnisse der Analyse könnte sein, dass es heutzutage wesentlich leichter zu sein scheint, Witze auf Kosten der Männer zu machen. Außerdem vertritt *Cosmopolitan* schon seit einigen Jahrzehnten die klassische „Männer sind vom Mars, Frauen von der Venus“ Theorie, wobei sie ihrer offiziellen, feministischen Linie zuwiderläuft. Daraus kann gefolgert werden, dass der Feminismus in *Cosmopolitan* eventuell nur ein Marketingtrick ist.

¹² die Befreiung aus sozialer, rechtlicher und wirtschaftlicher Abhängigkeit (Langenscheidt e-Wörterbuch 5.0)

Da *Cosmopolitan* selbst behauptet, geschlechterspezifische Vorurteile und Stereotypen als etwas Negatives zu sehen, könnte man annehmen, dass sie die Linie auch in ihren Artikeln folgen; die Ergebnisse sprechen aber dagegen – die Artikel beschreiben Männer nämlich vor allem als dumme, durchschaubare Lügner. *Cosmopolitan* ist das größte Frauenmagazin der Welt, und bis zu 20% ihrer Leserschaft besteht aus 10–19-jährigen Kindern, was wiederum bedeutet, dass sie viel Einfluss bei der Meinungsbildung hat. Deswegen sollte das Magazin auch darauf achten, wie es die Geschlechter repräsentiert. In Bezug auf die Beziehung zwischen Männern und Frauen verstärkt *Cosmopolitan* die Geschlechtertrennung, unter einen ‚feministischen Deckmantel‘.

7 Schlussbetrachtung

Beim Schreiben war es besonders wichtig für mich, dass die Arbeit möglichst objektive Schlussfolgerungen beinhaltet und nicht durch meine eigenen Meinungen und Hypothesen beeinflusst wird. Deswegen wurde die Entscheidung getroffen, auch das Ressort *Männer* zu analysieren, ihn mit den Artikeln zu vergleichen und schließlich festzustellen, ob die Artikel typisch für die Kategorie sind.

Während des Schreibens der Arbeit ließ sich beweisen, dass es nicht immer leicht ist, das Wichtige vom Unwichtigen unterscheiden zu können. In beiden Artikeln, sowie auf der Startseite des Bereichs *Männer*, befanden sich viele interessante sprachliche Details, die aber nicht alle in Betrachtung gezogen werden konnten.

Das Thema meiner Arbeit bietet viele Möglichkeiten zur Weiterforschung an: Statt nur zwei Artikel zu untersuchen könnte man mehrere Artikel oder sogar einen ganzen Jahrgang analysieren, wodurch sich eventuell auch die Ergebnisse ändern könnten. Ein Blickwinkel, aus dem das Thema betrachtet werden könnte, ist, was Männer von sich selbst beispielsweise unter dem Tag *Männer antworten* sagen. Interessant wäre auch, was Männer dahingegen über Frauen in *Cosmopolitan* sagen.

Weil meine Hypothese war, dass das Männerbild in der *Cosmopolitan Online* eher pejorativ ist, wurde ich von den Ergebnissen nicht überrascht. Die Vorurteile gegen Männer waren jedoch wesentlich extremer, als ich mich erwartete. Damit hat sich bei

mir im Laufe des Untersuchens die Frage erhoben, ob es heutzutage solche von Männern über Frauen geschriebene Artikel gibt, oder ob es für Frauen eigentlich leichter ist, sexistisch zu sein. Im Allgemeinen kann schließlich festgestellt werden, dass Männer in den Artikeln in ein meist negatives Licht gestellt werden. Ob *Cosmopolitan* geschlechterspezifische Stereotype in der Zukunft abbauen wird, ist deswegen zu bezweifeln.

Literaturverzeichnis

Primärliteratur

Baldzun, Anika. 12.12.2014. *10 Momente, in denen er uns auf jeden Fall angelogen hat*. In: *Cosmopolitan Online*

Dorka, Milena. 26.02.2016. *Das Männer-Wörterbuch: Das bedeuten seine Nachrichten wirklich*. In: *Cosmopolitan Online*

Sekundärliteratur

Bauer Advertising:

<http://www.baueradvertising.de/marken/zeitschriften/produkt/cosmopolitan-542/>
02.03.2017

Bauer Media Group: <https://www.bauer-plus.de/shop/cosmopolitan> 02.03.2017

Benjamin, Jennifer. 2007. *How Cosmo Changed the World*. In: *Cosmopolitan Online*
<http://www.cosmopolitan.com/lifestyle/a1746/about-us-how-cosmo-changed-the-world/>
21.01.2017

Cosmo Media Kit 2017:

[http://www.cosmomediakit.com/r5/showkiosk.asp?listing_id=4785073&category_code=m
iss&category_id=27811](http://www.cosmomediakit.com/r5/showkiosk.asp?listing_id=4785073&category_code=m iss&category_id=27811) 29.03.2017

Duden online: <http://www.duden.de/rechtschreibung/vergesslich> 28.04.2017

Hearst Corporation: <https://www.hearst.com/magazines/cosmopolitan> 27.03.2017

Hezel, Anna. 2017. *Kampf der Geschlechter in COSMOPOLITAN: Die Alpha-Frau, die sich nichts mehr gefallen lässt, und der Sexist*. In: Presseportal
<http://www.presseportal.de/pm/45267/3557141> 23.02.2017

Kauppinen, Kati. 2011. *Subjects of Aspiration. Untersuchung von diskursiven Prozessen neoliberaler Regierung in einer postfeministischen Frauenzeitschrift*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Landers, James. 2010. *The Improbable first century of Cosmopolitan Magazine*. University of Missouri Press: Columbia & London.

Langenscheidt: E-Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache 5.0. Berlin: Langenscheidt KG.

McGuire, Laura. 2010. *The Evolution of Cosmopolitan Magazine*.

<https://thesocietypages.org/socimages/2010/04/26/guest-post-the-evolution-of-cosmopolitan-magazine/> 21.07.2017

Mills, Sara. 1997. *Discourse*. London and New York: Routledge.

Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne. 2009. *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.

Ruiz, Michelle. 2013. *When Cosmopolitan Published Mark Twain*.

<http://www.cosmopolitan.com/style-beauty/beauty/news/a15647/famous-authors-cosmopolitan/> 21.01.2017

Weiske, Sigrid. 2010. *30 Jahre COSMOPOLITAN - Jubiläumsausgabe erscheint mit drei Covern (mit Bild)*. In: Presseportal

<http://www.presseportal.de/pm/45267/1682384> 29.03.2017

Winship, Janice. 1987. *Inside Women's Magazines*. New York: Unwin Hyman.

Anhang 1: Das Männer-Wörterbuch: Das bedeuten seine Nachrichten wirklich

26.02.2016 / 12:55 Uhr

Männer-SMS verstehen

Das Männer-Wörterbuch: Das bedeuten seine Nachrichten wirklich

Buzz.

Beep.

Brrring!

Wenn dein Handy dieses Geräusch macht und du eine SMS von deinem Neuen bekommst, grinst du wie ein Teenie, der zum ersten Mal verliebt ist? Willkommen im Club! Schließlich ist Whatsapp oft der erste und einfachste Weg, um sich kennenzulernen und immer und immer wieder, den ganzen Tag und bis spät in die Nacht, in Kontakt zu bleiben. Arbeit? Sport? Einkaufen? Schlafen? Egal! Eine kurze Nachricht ist **einfach und schnell** getippt und nimmt nicht so viel Zeit in Anspruch wie ein Telefonat. Doch genau das ist auch der Grund, warum es zum Problem werden kann. **So oft kreieren SMS Verwirrung**, weil wir den anderen nicht richtig verstanden haben, die kurze Antwort nicht deuten können. Wie hat er das gemeint? Betont? Wie war seine Körpersprache oder der Gesichtsausdruck? Keine Ahnung! Kein Wunder also, dass schnell **Missverständnisse entstehen**. Und mal ehrlich, Männer sind nun mal wortkarg und dazu auch noch unlogisch. (Und ja, wir Frauen interpretieren in ALLES etwas hinein, aber auch nur, weil die Männer so schwer zu verstehen sind. Echt nicht unsere Schuld!).

Ein Beispiel gefällig? Was soll bitte schön "Vielleicht" heißen? Ja oder nein, kann doch nicht so schwer sein. Und warum zur Hölle antworten sie erst Stunden - oder einen ganzen Tag - später? #ahhhhh Fragen, die uns in den Wahnsinn treiben können. Woher sollen wir bitte wissen, was er meint? Es wird Zeit, mal zwischen den Zeilen zu lesen (auch wenn es vermutlich nicht viele Zeilen gibt, da Männer sich wie immer kurz fassen). Hier ist die Übersetzung, was seine Nachrichten WIRKLICH bedeuten:

“Nächste Woche ist wirklich RICHTIG stressig bei mir.”

Ich habe kein Interesse daran, Zeit für dich zu machen, aber bekomme es irgendwie hin, für alles und jeden anderen in meinem Leben Zeit zu finden.

“Vielleicht”

Nein, auf keinen Fall. Das komplette Gegenteil von Ja, aber ich will deine Gefühle nicht mit einem "Nein" verletzen.

“LOL”

Ich bin nicht am "laughing out loud", aber ich musste Lächeln.

“Willst du vorbei kommen und wir gucken einen Film?”

Keine Chance, dass wir einen Film gucken werden, aber ich habe viele andere Ideen, wie wir uns beschäftigen können (auch unter dem Namen “Netflix and Chill” bekannt)

“Hey sorry, dass ich dir gestern nicht auch deine Nachricht genantwortet habe.”

In den letzten 24 Stunden habe ich nicht an dich gedacht. Ich habe gestern zwar über 100 Mal auf mein Handy geguckt, aber trotzdem nicht geantwortet. (Ihn solltest du definitiv von deiner "Vielleicht bald Bea" Liste streichen)

“Wollen wir was trinken gehen?”

Ich mag dich ganz gern, aber bevor ich dich auf ein richtiges Date ausführe, will ich erstmal gucken, ob es das Wert ist.

“Was hast du am Wochenende vor?”

Ich will unbedingt was mit dir machen. Plane auf jeden Fall Zeit für mich ein.

“Ich hab deine SMS nie bekommen.”

Natürlich habe ich sie bekommen, aber ich hab so viele Tinder und Bar-Kontakte in meinem Handy, da verliere ich auch mal den Überblick. Ich hab nicht geantwortet, weil ich in dem Moment mehr Interesse an jemand anderen hatte. Aber jetzt hab ich Zeit.

“Lass mich in meinen Kalender gucken.”

Lass mich in meinem Kalender gucken (den ich nicht mal besitze) um nachzugucken, ob ich was Besseres vorhabe - wenn nicht, können wir auf jeden Fall was machen.

“Ich meld mich”

Tschüss, bis niemals.

Milena Dorka

Redaktion COSMOPOLITAN.de

Anhang 2: 10 Momente, in denen er uns auf jeden Fall angelogen hat

12.12.2014 / 12:48 Uhr

Typisch Mann

10 Momente, in denen er uns auf jeden Fall angelogen hat

Er bekommt zwar keine lange Nase. In den meisten Fällen wissen wir trotzdem ganz genau, wenn er uns anlügt. Wir haben 10 typische (Not-)Lügen von Männern entlarvt. Und dabei festgestellt: Eigentlich würden wir die Wahrheit oft gar nicht so genau wissen wollen.

1. Wenn er sagt, er war mit seinen Kumpels nur gemütlich was trinken

Gestern Nacht war er mit seinen Single-Freunden unterwegs. Heute hat er keine Stimme mehr und tellergroße Augenringe. Natürlich haben sie nur ein paar Bierchen in ihrer Stammkneipe getrunken. In dem Fall meint er mit Stammkneipe wohl die Tequila-Bar, die Großbraumdisko und den Strip-Club.

2. Wenn wir fragen, mit wie vielen Frauen er schon Sex hatte

Damit wir ihm weder den „Waschlappen“- noch den „Gigolo“-Stempel aufdrücken können, wird er wohl eine Zahl von zwei bis vier nennen. Je nachdem, was er denkt, was wir denken, sei angemessen. Diesen einen One-Night-Stand vor fünf Jahren kann man ja auch wirklich vernachlässigen. Und an diesem einen Abend mit Filmriss ist bestimmt auch nichts passiert. Und der erste Sex mit 15 zählt sowieso nicht, oder?

3. Wenn wir ihn fragen, welches Kleid uns besser steht

„Lieber das schwarze mit dem breiten Saum oder das anthrazitfarbene mit den dunkelgrauen Abnähern?“ Ganz ehrlich: Es ist ihm egal. Er erkennt gar keinen Unterschied. Und er findet uns auch im Jogginganzug sexy. Wenn wir ihn beharrlich genug anstarren, wird er natürlich eine Wahl treffen. Vollkommen willkürlich.

4. Wenn wir fragen, ob seine Ex hübsch war

„Eigentlich war sie schon ein heißes Teil“, denkt er sich insgeheim, antwortet aber im besten Fall: „Nicht so hübsch wie du!“ Ob das der Rest der Menschheit genauso sieht, sei mal dahingestellt. Aber das kann uns ja eigentlich auch egal sein.

5. Wenn wir fragen, ob er mit uns und unseren Freundinnen ausgehen möchte

„Na klar!“, sagt er und denkt sich: Ein ganzer Abend voller Kichern, Kreischen, Frieren, Jammern, Lästern? Cocktails mit Maraschino-Kirschen, gemeinsame Toiletten-Gänge und tanzen, tanzen, tanzen? Das klingt für ihn nach einem Albtraum in Pink. Nein, er möchte nicht. Er möchte lieber zu Hause Playstation zocken. Oder sich im Klo ertränken. Allerdings weiß er auch um die Macht der besten Freundinnen. Wenn sie ihn toll finden, finden wir ihn umso toller. Und den einen Abend wird er schon überleben. Irgendwie.

6. Wenn er sagt: „Größe spielt doch keine Rolle.“

Eigentlich mögen wir unsere netten B-Körbchen. Die sind so schön praktisch, springen uns beim Joggen nicht um die Ohren, sprengen keine Bluse und machen eine schlanke Figur. Trotzdem: Wenn er beim Vorspiel an unseren Brüsten herumfummelt, fragen wir uns regelmäßig, ob er gerne etwas mehr in der Hand hätte. Versichert er uns, er würde nichts an uns ändern wollen, erinnern wir uns kurz an die Poster in seinem Jugendzimmer zurück ... Aber dann geben wir uns doch lieber mit seiner Antwort zufrieden. Schließlich macht uns sein bestes Stück auch glücklich, obwohl es definitiv keine 20 Zentimeter hat.

7. Wenn wir ihn fragen, ob alle Männer Pornos schauen

Die Frage haben wir extra schon so formuliert, dass er sich im Schutz seines schwachen Geschlechts ruhig als Porno-Gucker outen kann. Er hat allerdings den Braten gewittert und behauptet, er habe noch nie einen Sex-Film gesehen. Wir lachen amüsiert. Er behält sein Pokerface. Natürlich könnten wir jetzt heimlich seine Browser-Chronik checken. Doch so wichtig ist es uns dann doch nicht.

8. Wenn wir fragen, ob er unsere Familie mag

Unsere Mama schafft es jedes Mal, beim Thema „Hochzeit“ zu landen. Unser Papa wirft ihm auch nach drei Jahren noch skeptische Blicke zu. Unsere Oma nennt ihn Markus, weil unser Ex-Freund so hieß. Und unsere kleine Schwester traut sich immer noch nicht, in seiner Gegenwart zu sprechen. Stört ihn das eigentlich? „Neeeeeein“, antwortet er und lächelt etwas steif.

9. Wenn wir wissen wollen, ob er sich an unseren ersten Kuss erinnert

Natürlich hat sich dieser Moment für immer in unser Gedächtnis eingebrannt und jedes Mal, wenn wir daran zurückdenken, fangen wir an zu grinsen. Bei ihm sieht das etwas anders aus. Erst wird er totsicher verkünden: „Klar, das war doch damals im Kino.“ Und auf unseren irritierten Gesichtsausdruck hin korrigieren: „Ich meine, danach im Auto ... äh, vor deiner Haustür?“

10. Wenn wir ihn fragen, ob ihm der Sex gefallen hat

Er könnte schon nach zwei Minuten kommen, bei uns dauert es diesmal wesentlich länger. Das letzte Gespräch mit unserem Chef schwirrt uns noch im Kopf herum und dann fällt uns auch noch ein, dass wir beim Einkaufen die Zahnpasta vergessen haben. Dementsprechend dauert es eine Weile, bis wir uns fallen lassen. Am Ende bricht er schweißgebadet über uns zusammen. Stört es ihn eigentlich, wenn er mal etwas länger durchhalten muss? „Nein, Schatz, ganz und gar nicht“, antwortet er keuchend.

Anika Baldzun

Redaktion COSMOPOLITAN.de

Anhang 3: Männer – wir können nicht ohne

Männer - wir können nicht ohne

Sie fragen nie nach dem Weg, murren auf dem Beifahrersitz und ihr Kleiderschrank befindet sich im besten Falle auf ihrem Lieblingssessel: Männer. Die wunderbare Welt des vorgeblich starken Geschlechts ist ein Kosmos, den wir nie ganz erschließen werden.

Und doch: Wer sonst kann Krankheiten so oscarreif dramatisieren? Und wer nimmt uns mit diesem einen vergnügten Kopfschütteln den Arm, wenn „Grey’s Anatomy“ mal wieder auf die Tränendrüse drückt? Die Männer sind es – mit dieser ominösen Schulter, die auf so magische Art und Weise zum Anlehnen einlädt.

Wir eröffnen Ihnen alle Männer-Geheimnisse von A wie Autofimmel, über G wie Gebrauchsanweisungs-Verweigerung bis Z wie Zuhörprobleme. Nebenher stürzen wir uns in die Psyche der Casanovas dieser Welt. Sie wollen wissen, was seine Lieblingsstellung über ihn aussagt? Warum Kuschneln auch für ihn wichtig ist? Und wieso er schlichtweg so ist, wie er ist? Wir werfen einen Blick in die wilde Welt des Jägers und Sammlers – oder schmunzeln einfach ein wenig mit Ihnen mit. Denn wie heißt es so schön?