


Geschlechtsspezifische Aspekte der Mediennutzung in der Familie

Prof. Dr. Dorothee M. Meister

 Lehrbereich Medienpädagogik und empirische
Medienforschung an der
Fakultät für Kulturwissenschaften der
Universität Paderborn

Vorsitzende der Gesellschaft für
Medienpädagogik und Kommunikationskultur
(GMK)

Nürnberg, 08.03.2018



Quelle: <https://pixabay.com>

Agenda

1. Familien- und Erziehungsformen in Veränderung
2. Bedeutung der Mediennutzung für Familienmitglieder
3. Thesen zur gendersensiblen Medienarbeit
4. Reflexion und Ausblick

1. Familien- und Erziehungsformen in Veränderung

Verständnis von Familie:

- Biologische und soziale Doppelnatur
- Kooperations- und Solidaritätsverhältnis
- Generationsdifferenz

→ Verständnis von Familie unterliegt historischem Wandel

Ecarius/Köbel/Wahl 2011

Geschlechtscharaktere familialer Beziehungen seit Entstehung des Bürgertums:

Mann

- Bestimmung für Außen, Weite, öffentliches Leben
- Aktivität (Energie, Kraft, Tapferkeit etc.)
- Tun (selbstständig, Gewalt, etc.)
- Rationalität (Vernunft, Denken, Urteilen etc.)
- Tugend (Würde)

Frau

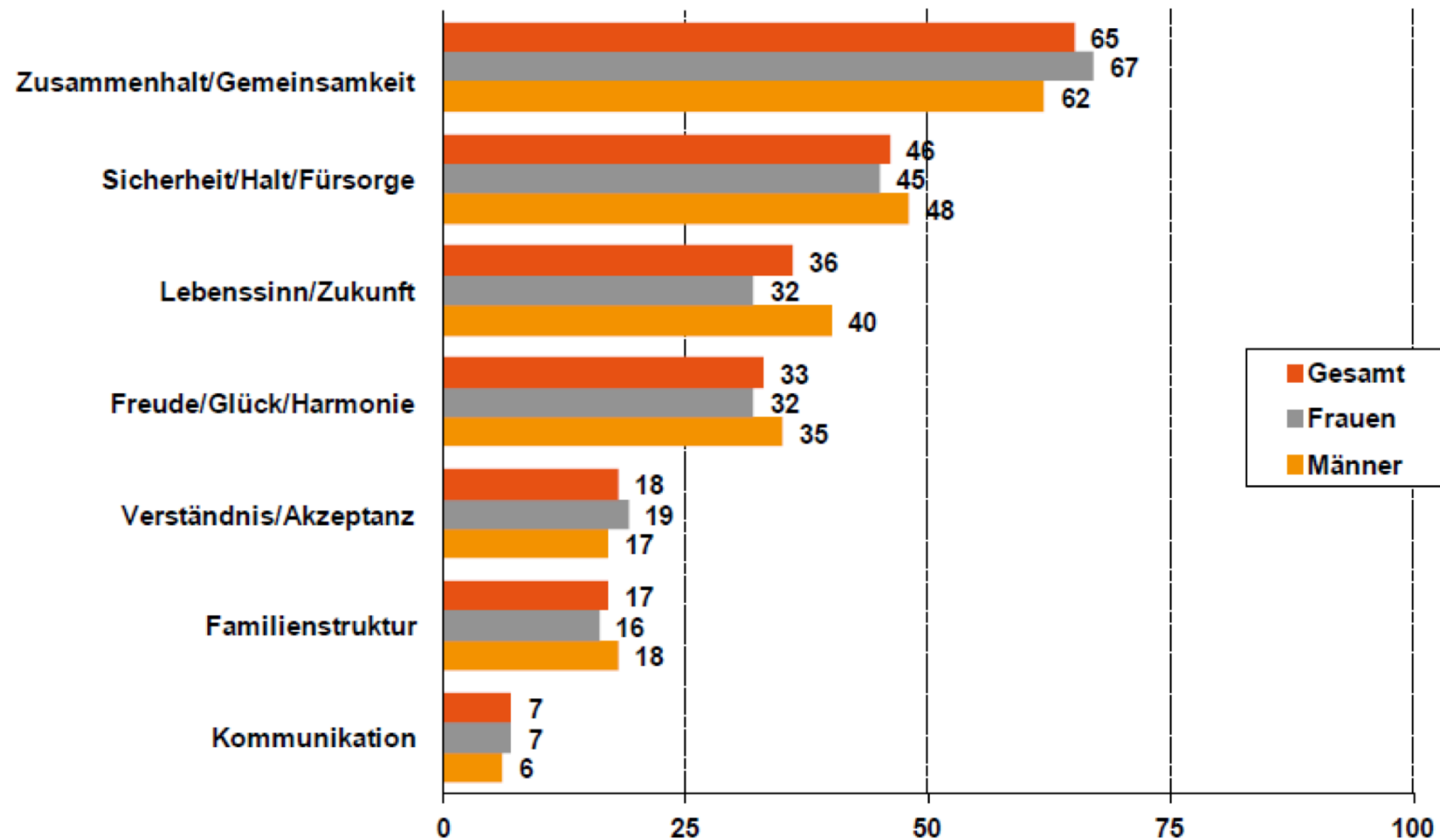
- Bestimmung für Innen, Nähe, Häusliches Leben
- Passivität (Schwäche, Ergebung, Bescheidenheit etc.)
- Sein (abhängig, Anpassung, Güte etc.)
- Emotionalität (Gefühl, Verstehen etc.)
- Tugenden (Anmut, Schönheit etc.)

Familie in der Moderne:

- Pluralisierung von Lebensformen und Milieus
- Individualisierung im Widerspruch zu Gemeinschaftserfahrungen
- Arbeitsteilung und Rollendifferenzierung in Familie
- Veränderungen der Geschlechterverhältnisse (Emanzipation, Wandel der Vaterrolle)

→ Vielfalt an Familienformen

Familienverständnis – Eltern: „Was bedeutet „Familie“ für Sie persönlich?“ (offene Nennungen)

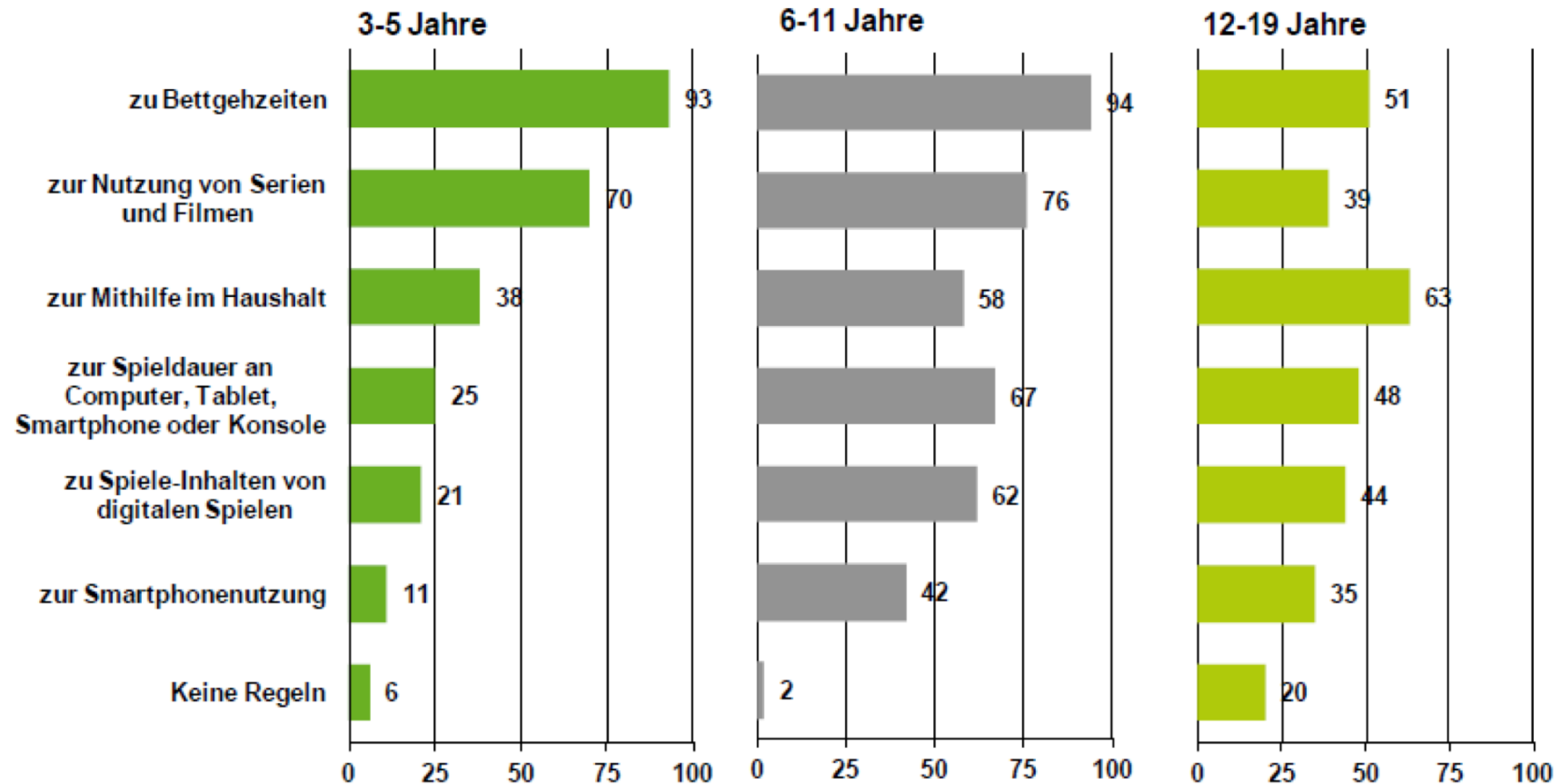


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent
Basis: Eltern, n=523

Wandel der Erziehungsmuster:

- Befehlshaushalt (Gehorsam, Sauberkeit, Eltern sind Respektpersonen und bestimmen Regeln, Mithilfe im Haushalt, Bestrafung)
- Verhandlungshaushalt (Ordnung, Ehrlichkeit, Verhandlungsspielraum, Eltern als Vertrauenspersonen, Einsicht in Regeln, Regeln als interaktives Miteinander, kindbezogene Familienfreizeit)
- Erziehung des Beratens – Wohlbefindens (Vertrauen,, Beratung, gegenseitige Anerkennung, Teamwork und Herstellen von Intimität und Wohlbefinden, emotionale Selbstkontrolle)

Familienregeln – Kinder (3-19 Jahre): es gibt Regeln...



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent
Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=443

Bewertung der Kommunikationsqualität in der Familie

- Eltern & Kinder (6-19 Jahren): Globale Bewertung unabhängig vom Thema -

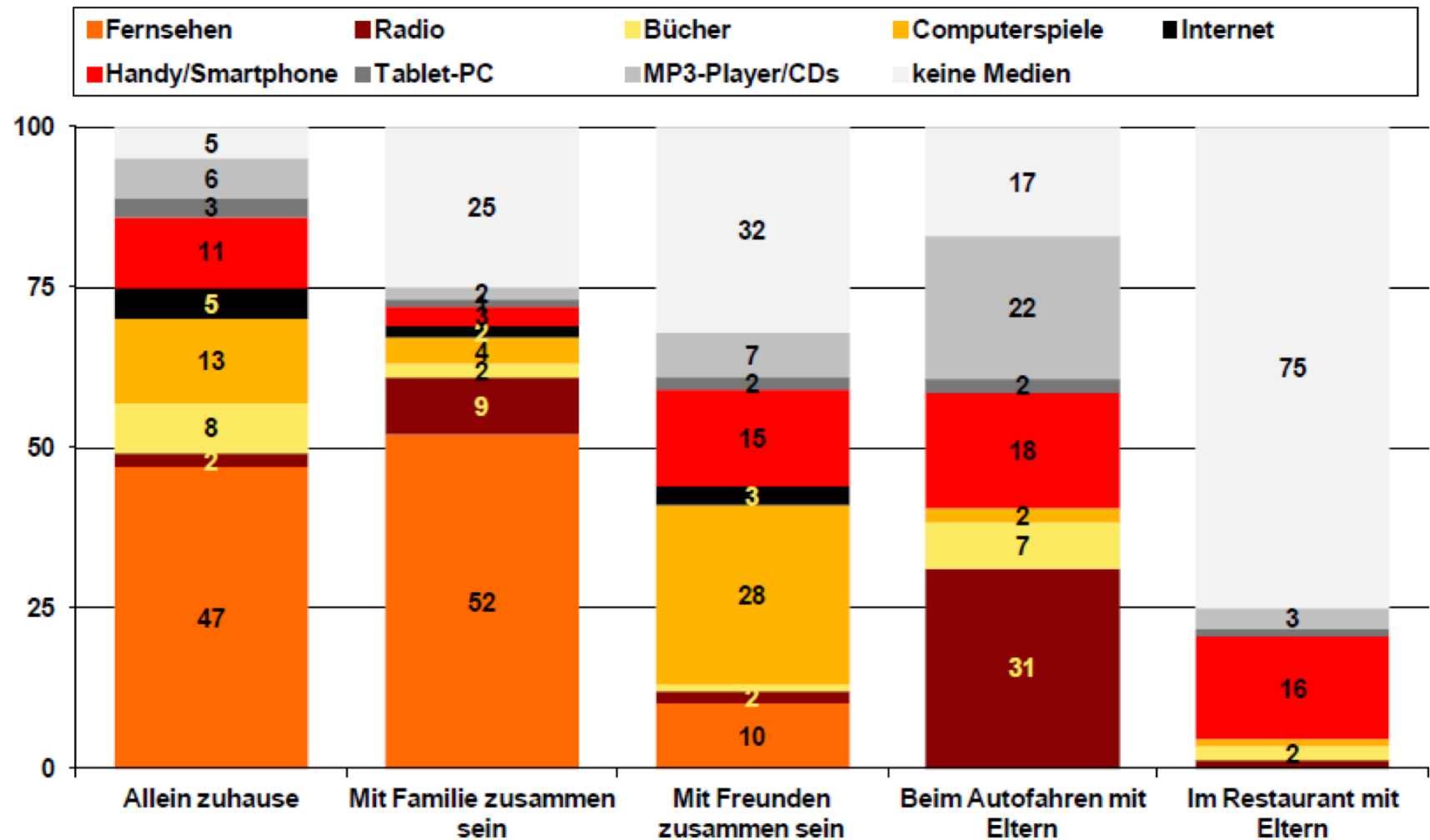
Kommunikationsqualität	Mütter	Kinder (6-19 Jahre)	Väter	Kinder (6-19 Jahre)
Sehr gut	37%	41%	35%	26%
Gut	57%	52%	61%	53%
Weniger Gut	5%	7%	4%	10%
Gar nicht Gut	1%	0%	-	2%
Keine Angabe	-	1%	-	8%

Tabelle nach: FIM 2016, Angaben in Prozent
Basis: Eltern von 6-19 Jährigen, n= 422; Kinder (6-19 Jahre), n=338

2. Bedeutung der Mediennutzung für Familienmitglieder

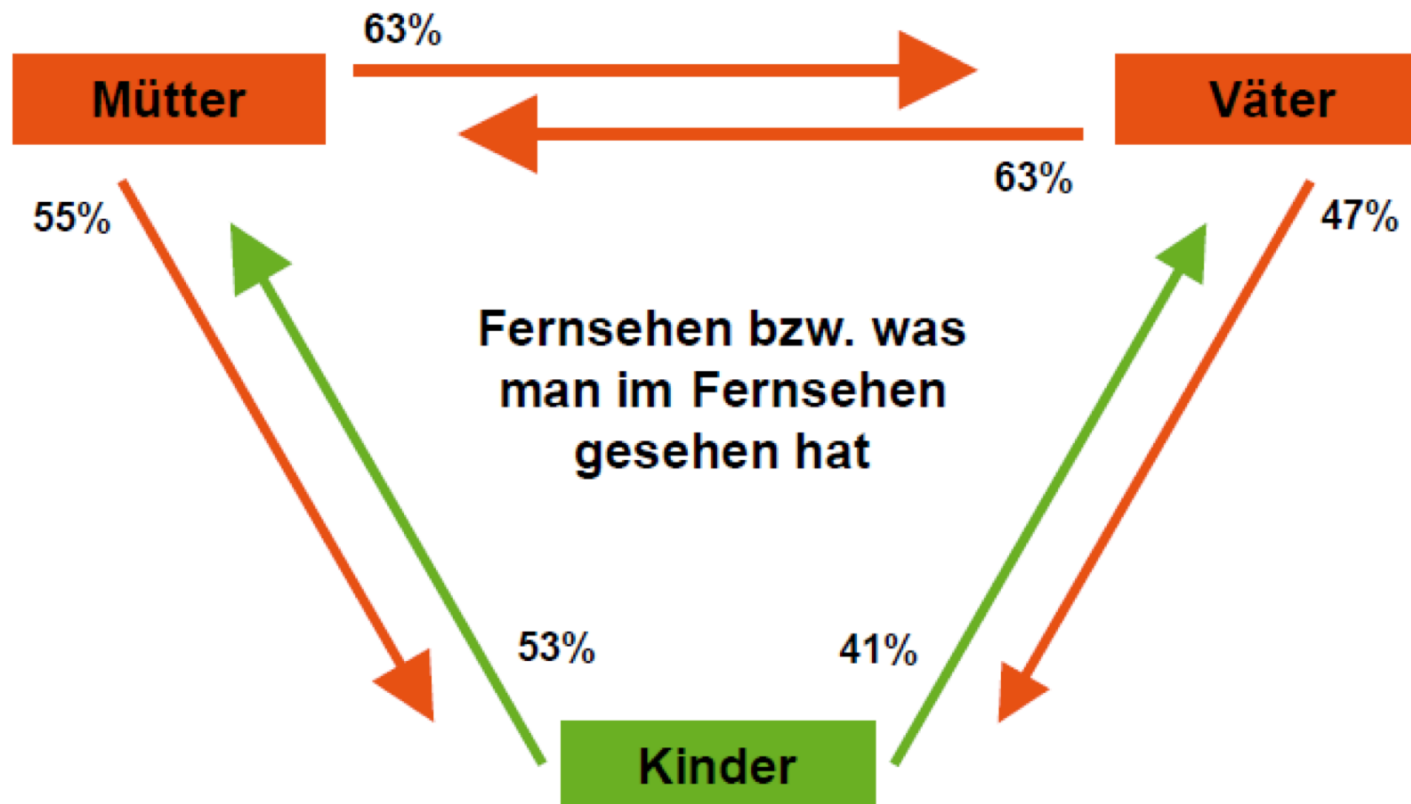


Wichtigkeit der Medien in der Freizeit 2016 –ist mir am wichtigsten-



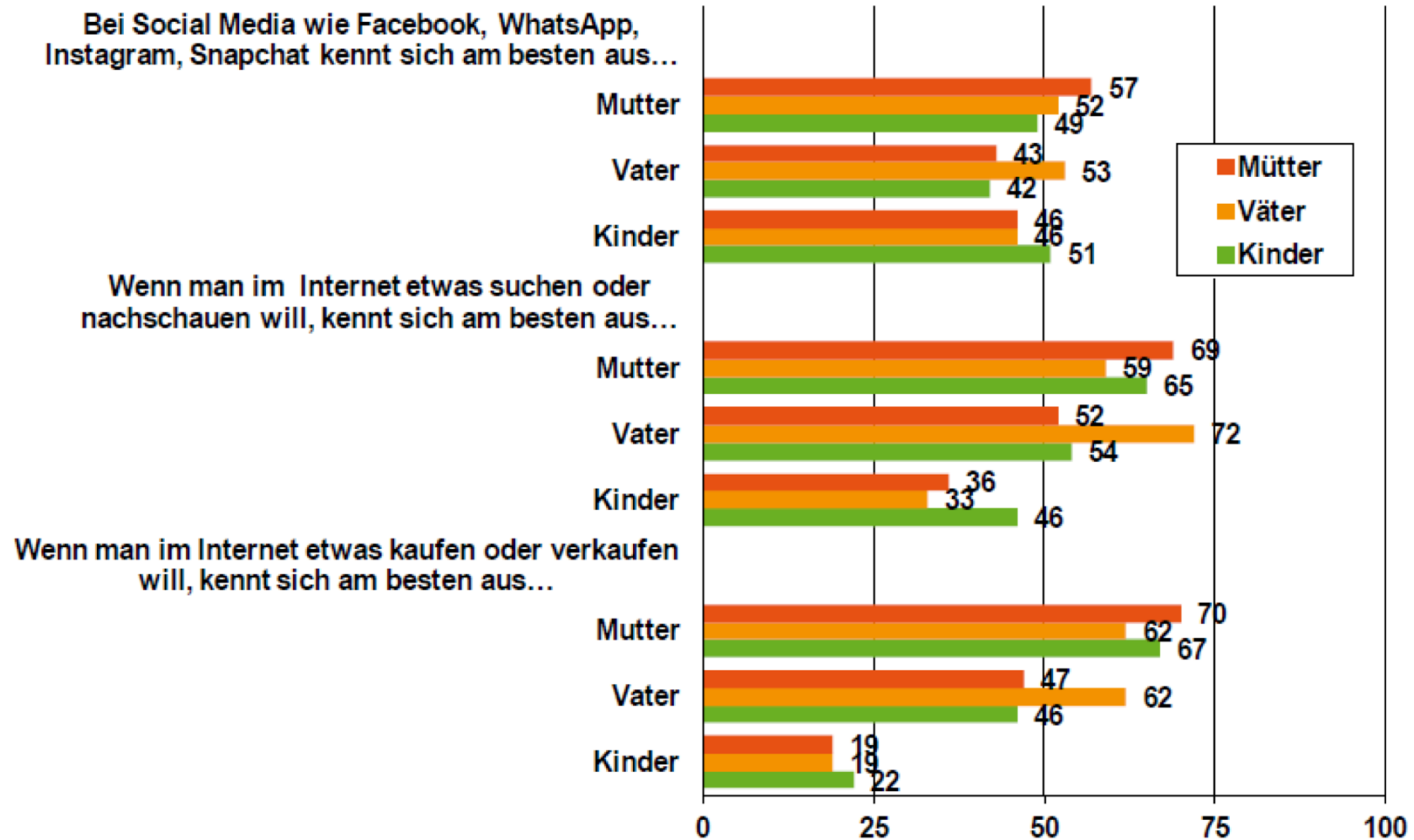
Quelle: KIM-Studie 2016, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.229

Kommunikation zum Thema „Fernsehen/-Inhalte“ –täglich/mehrmals pro Woche-

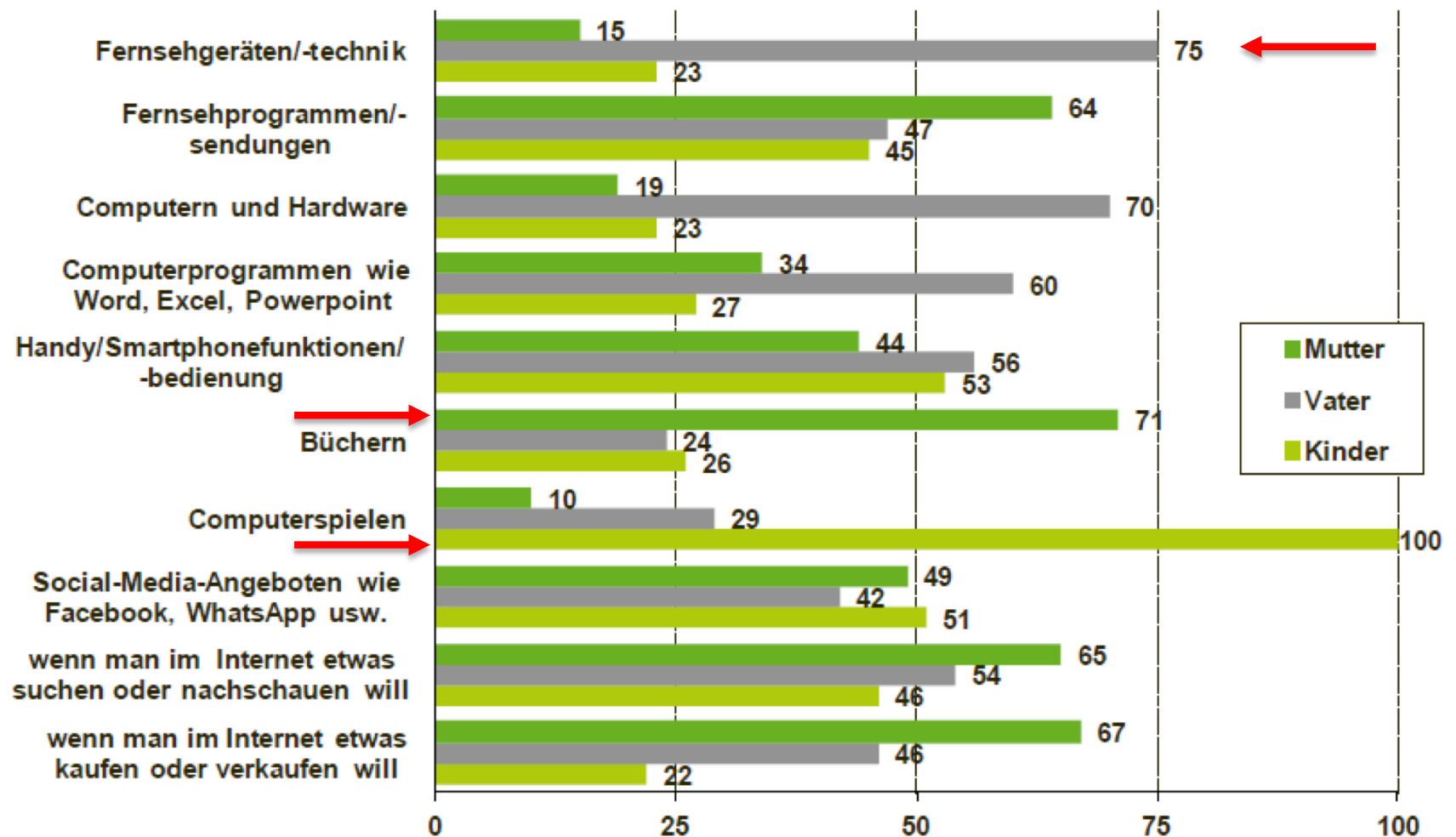


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent
Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Medienexperte in der Familie –Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Mehrfachnennungen möglich-



Wer kennt sich am besten aus mit... -Kinder (6-19 Jahre): Mehrfachnennungen möglich-



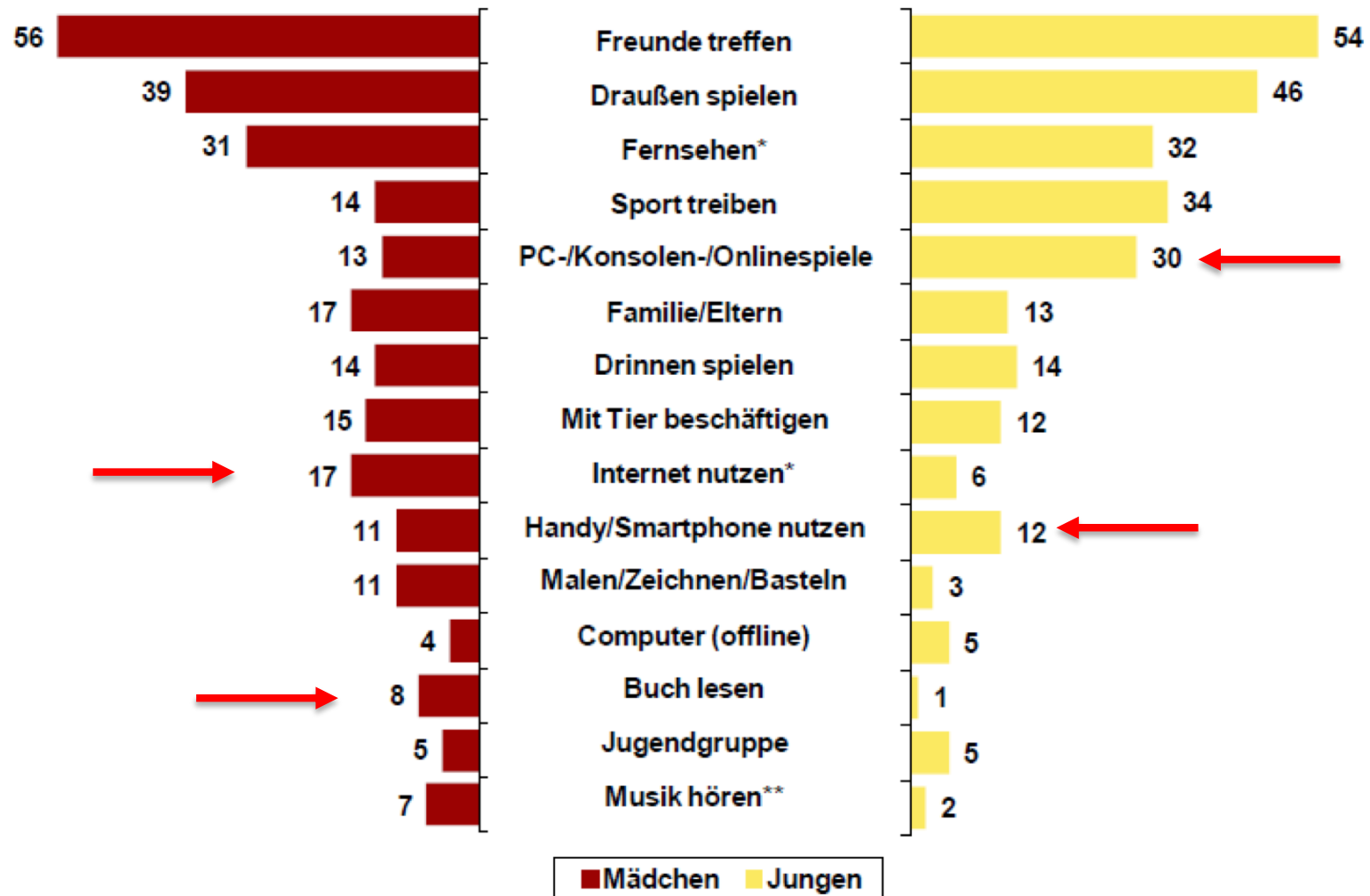
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

Digitale Revolution – für die Jüngsten



Quelle: <https://pixabay.com> und gmk.net (Stand 04.04.17)

Liebste Freizeitaktivitäten 2016 –bis zu drei Nennungen-



Quelle: KIM-Studie 2016, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5 %

*egal über welchen Verbreitungsweg, **egal ob über CD, MP3-Player, Internet etc.

Basis: alle Kinder, n=1.229

Entwicklung der Geschlechtsidentität bei Kindern:

- 2-3 Jahre: Geschlechterdifferenzierung über Geschlechtsrollen-Stereotypen. Noch flexible Stereotypisierung
 - Ab ca. 4 Jahren: relativ rigide Stereotypisierung der Geltung von Geschlechtsmerkmalen. Soziale Umwelt greift stereotypisierend ein.
 - Ab ca. 7 Jahren: Zuwachs an kognitivem Potenzial, flexiblere Stereotypisierung steigt wieder.
- Kinder bereit und fähig, Geschlechtstypiken souverän zu handhaben, wenn es möglich ist und von der sozialen Umwelt nahegelegt wird

Geschlechterspezifische Werbung

Rosa, Pastell

Aufteilung Mädchen und Jungs

Blau, Grau



Quelle:
<https://www.youtube.com/watch?v=v1eKL9v4PyE&t>,
Lidl Onlineshop, abgerufen am
02.03.2018 abgerufen am
1.03.2018



Fröhlich, frech,
Für die Kuschelzeit

Cool,
für kleine Profis

Digitale Revolution

Digitale Medien bestimmen Alltag von Jugendlichen



Mediensozialisation: Digitale Medien bestimmen Jugendalltag



Funktion der Medien für Heranwachsende



Lebensmittel

- Alltagsmanagement
- Teilhabe an der Gesellschaft



Genussmittel

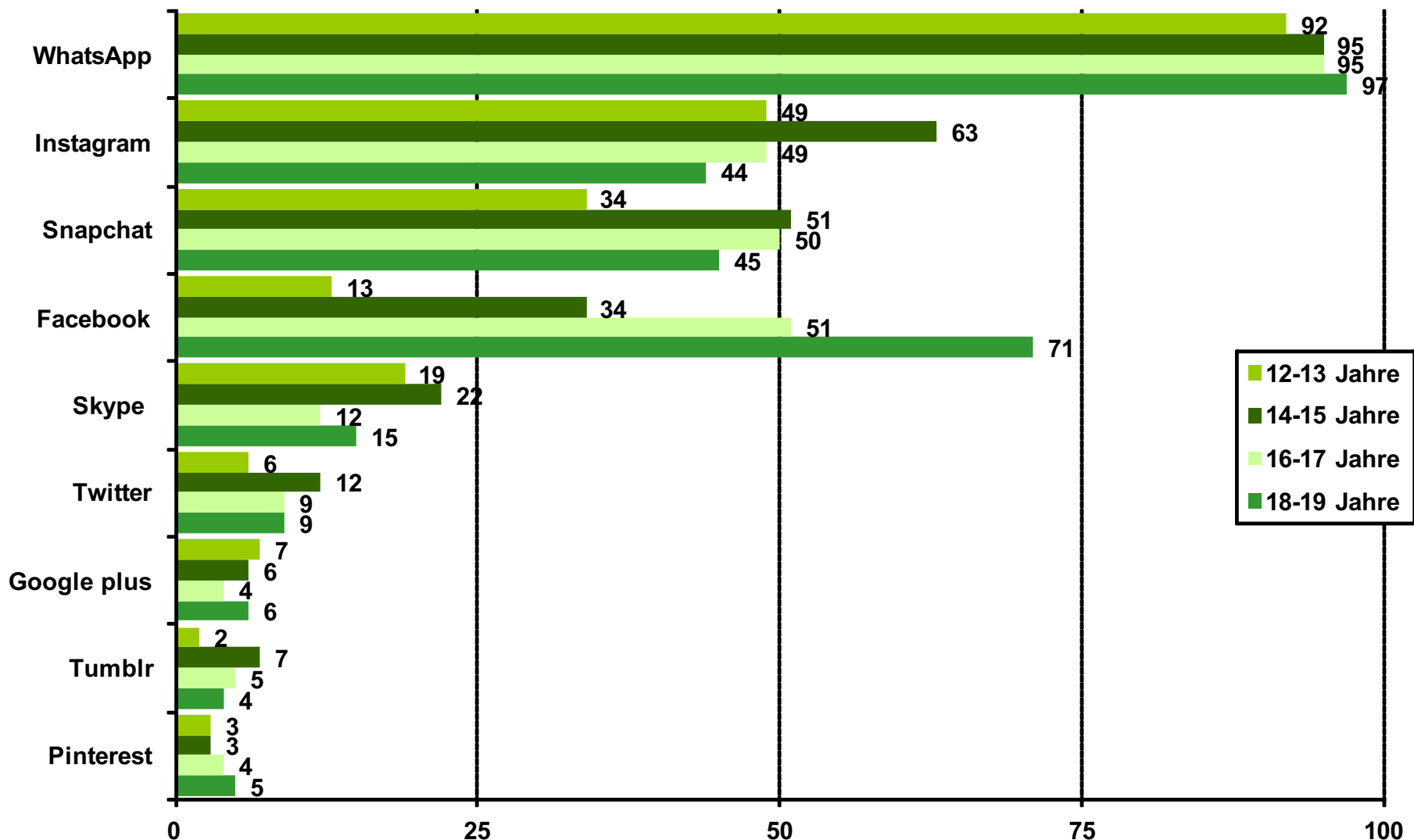
- Erlebnisräume
- Individualisierte und personalisierte Nutzungsoptionen
- Erweiterte Handlungsräume



Suchtmittel

Kontrollbedürfnis,
z.B. Selftracking
Flucht
Kontrollverlust
Reduktion von
Wohlbefinden
und
Lebensqualität

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation 2016 -täglich/mehrmals pro Woche-



Quelle: JIM 2016, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Liebste Internetangebote 2017 (Bis zu drei Nennungen)

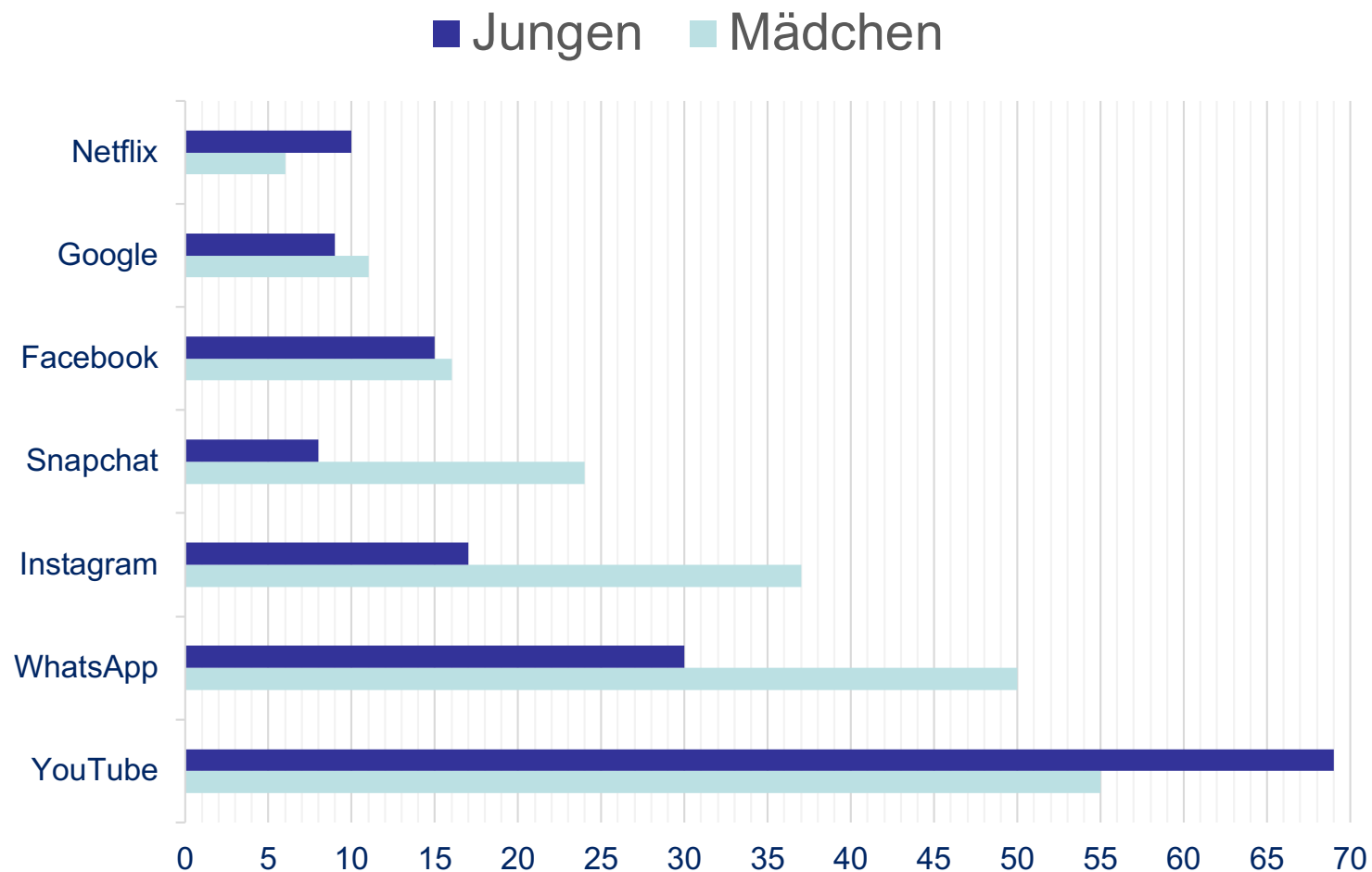
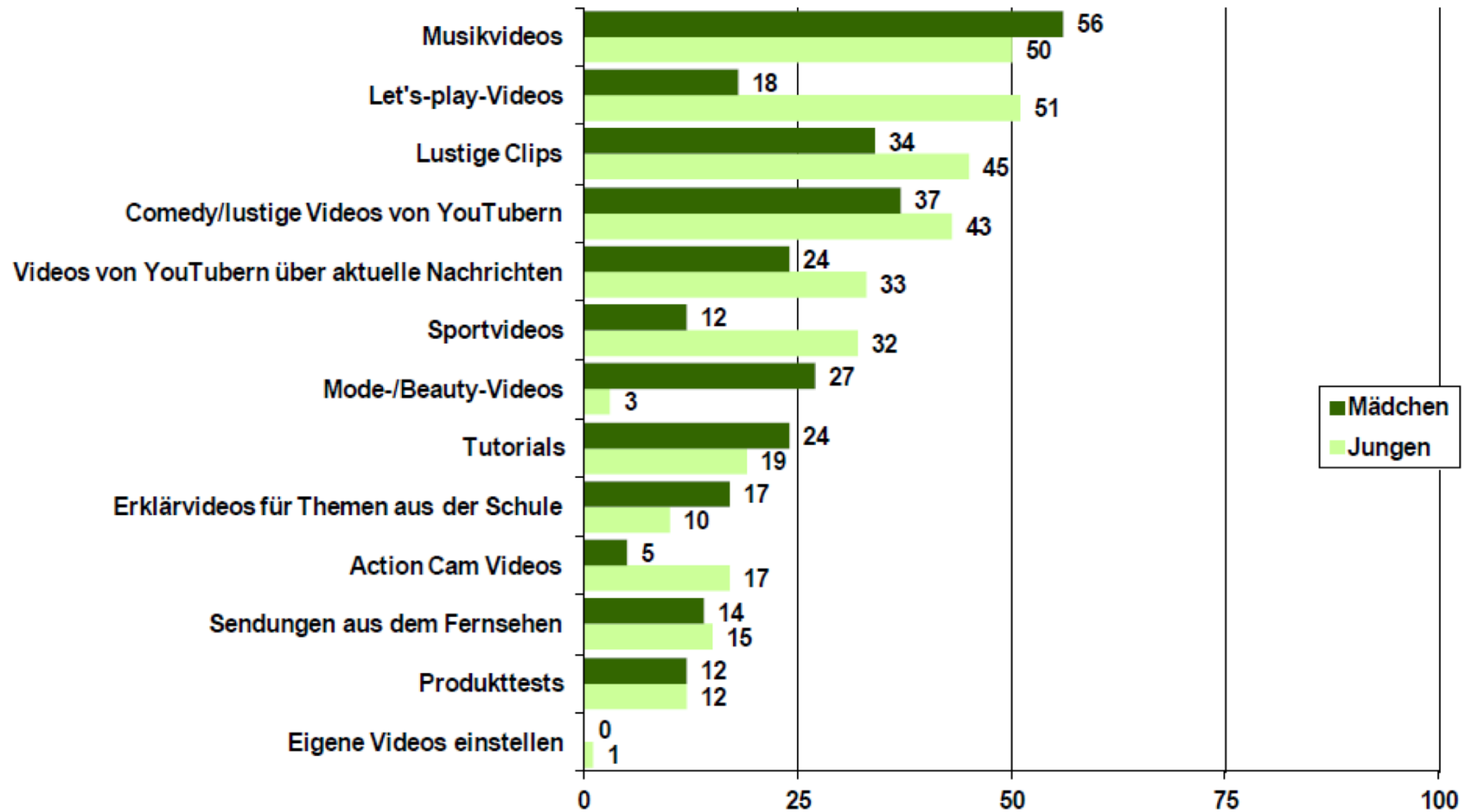


Diagramm nach: JIM 2017, Angaben in Prozent.
Basis, die Online-Dienste zumindest selten nutzen n=1.183

YouTube: Nutzung 2017 –täglich/mehrmals pro Woche-



Quelle: JIM 2017, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zumindest seltener YouTube nutzen, n=1.191

Besonderheiten von You-Tube:

- Erlaubt mehr Freiheit und Normverstöße
- Bietet Deutungsangebote: Aushandlungs- und Vergemeinschaftungsprozesse können sichtbar gemacht werden
- Stärkt Zugehörigkeit: gemeinsame Medienrezeption Teil der Medienpraktiken und erlaubt gruppenspezifische Aushandlungsprozesse, etwa über soziale Medien

(vgl. Bock/Mahrt 2017)

YouTube Stars

BibisBeautyPalace

Beauty und Mode vs.
Gaming und Fitness

Inscope21



Dagi Bee



Gronkh

Quelle: Wikimedia Commons,
<https://de.wikipedia.org/wiki/Gronkh>,
<https://broadmark.de/allgemein/mit-der-eigenen-marke-zum-erfolg-wie-bibisbeautypalace-die-markenwelt-aufwuehlt/41346/>, abgerufen am 02.03.2018

Identitäts- und Rollenbilder von You-Tube-Stars:

- Stars sind für Fans authentisch und ihnen zugewandt, bedienen häufig Geschlechterstereotype
- Reproduktion klassischer genderstereotyper Darstellung, oft: angepasste, konforme junge Frauen mit Interesse an Mode, Kosmetik, Beziehungen; freche, ungehobelte Witze (auch über Frauen) von jungen Männern, vielschichtigere Rollen, befinden sich auch in Situationen des Wettkampfs, Kriegs, beim Sport
- Zuschauer: in Netz-Kommentaren werden stereotype Darstellungen hingenommen, kaum Kritik oder Rollenreflexion

(vgl. Bock/Mahrt 2017)

Konsumorientierung

„Also ich habe mal Schuhe bei Instagram gesehen, die ich total schön fand. Und dann habe ich schon in der Schule mit meinem Sitznachbarn überall gesucht wo es den Schuh gibt, aber den gab es einfach nirgendwo. Dann habe ich halt irgendwann bei auch bei Instagram gesehen, dass von einer guten Freundin von mir, davon die Cousine, davon die beste Freundin, die hatte den Schuh und die wohnt halt in Frankfurt. Und dann habe ich meiner Freundin geschrieben, ob sie ihre Cousine fragen kann, woher ihre beste Freundin den Schuh hat. Danach habe ich bestimmt in sieben footlocker Filialen angerufen, weil ich unbedingt diesen Schuh haben wollte. Überall gab es den dann aber nur in weiß mit blau abgesetzt und ich wollte ihn unbedingt in weiß haben, das hat mich dann schon mega aufgeregt. Irgendwann hab ihn dann aber tatsächlich gefunden auf irgendeiner Website“ (Clara, 16 Jahre)

(Stücke 2018, S. 68f)

3. Thesen zur geschlechtersensiblen Medienarbeit

- Medien vermitteln vielfach stereotype Geschlechterdarstellungen und verstärken damit oft traditionelles Rollenverhalten
- Spielerische Umgang mit Geschlechterrollen finden wenig Anerkennung
- Medien und Peers werden in Sachen Geschlechterbilder immer größere Konkurrenten der Eltern
- Geschlechtsstereotype brauchen alternative Vorbilder und Möglichkeiten alternativer Handlungspraxen

Möglichkeiten zur Irritation von Geschlechterstereotypen

- Alternative Vorbilder in den Medien diskutieren (etwa: The Walking Dad von Fabian Siegismund

https://www.youtube.com/playlist?list=PLnsP5eFkpFGiNdIdBwSaCEtM9_AI4Hn3I,
abgerufen am 06.03.2018

- In der Bildungsarbeit alternative Umgangsweisen aufzeigen und reflektieren (etwa: Queerformat der sffb

<http://www.queerformat.de/material/QF-Kita-Handreichung-2018.pdf>

- Alternative Angebote in der außerschulischen medienpädagogischen Praxis anbieten (etwa: Dieter-Baacke-Preis-Gewinner der GMK <https://www.dieter-baacke-preis.de>

4. Reflexion und Ausblick

- Familienbilder haben sich gewandelt und geschlechtsspezifische Arbeitsteilung ist aufgeweicht
- Medien stellen wichtigen Umweltfaktor in Bezug auf Geschlechtsspezifik dar
- Für flexible Genderrollen braucht es Irritationen, aber auch Orientierungen und Vorbilder, die sich aktiv einbringen

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

Kontakt: Prof. Dr. Dorothee M. Meister

Universität Paderborn
Institut Medienwissenschaften
Warburger Str. 100
33098 Paderborn

05251/60 3722
dm@upb.de

GMK – Gesellschaft für Medienpädagogik und
Kommunikationskultur
Fachverband für Medienpädagogik und Medienbildung

–

GMK-Geschäftsstelle,
Oberstr. 24a, 33602 Bielefeld
Tel. 05 21 . 6 77 88,
www.gmk-net.de

Literaturverzeichnis

- Baacke, Dieter (1999): Die 0-5-Jährigen. Einführung in die Probleme der frühen Kindheit. Weinheim und Basel (2. Aufl.)
- Bock, Annekatrin/Mahrt, Merja (2017): Was Jugendliche online schauen. YouTube als medialer Raum für Rollenrepräsentationen, in: merz, medien + erziehung. Zeitschrift für Medienpädagogik, 61.Jg., Nr. 1, 2017, S. 40-47
- Ecarius, Jutta/Köbel, Nils/Wahl, Katrin: Familie, Erziehung und Sozialisation. Wiesbaden 2011
- Ecarius, Jutta/Berg, Alena/Serry, Katja/Oliveras, Ronnie: Spätmoderne Jugend – Erziehung des Beratens – Wohlbefindens. Wiesbaden 2017
- Mpfs (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (Hrsg) (2017): FiM-Studie 2016. Familie, Interaktion ,Medien. Stuttgart
- mpfs (Medienpädagogischer Forschungsbund Südwest) (2017): KIM 2016. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6-12-Jähriger in Deutschland. Stuttgart
- mpfs (Medienpädagogischer Forschungsbund Südwest) (2018): JIM –Studie 2017. Jugend, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 13-19-Jähriger in Deutschland. Stuttgart
- Stücke, Lea (2018): Medial vermittelte Kaufwünsche und –motive: Eine empirische Untersuchung des Mediennutzungs- und Konsumverhaltens weiblicher Jugendlicher im Alter von 13 bis 18 Jahren (Masterarbeit, Paderborn)
- Süss, Daniel (2016): Digitale Medien als Lebens-, Genuss- und Suchtmittel für Jugendliche. In: Brüggemann, Marion/Knaus, Thomas/Meister, Dorothee M. (Hrsg.)(2016): Kommunikationskulturen in digitalen Welten. Konzepte und Strategien der Medienpädagogik und Medienbildung. München, S. 43-54