Chancen und Herausforderungen für Heranwachsende im digitalen Raum

Gedanken zur gendersensiblen Medienbildung

Fachtagung Soest am 28. November 2019 - Vortrag Kristin Langer

SCHAU HIN!-Mediencoach sowie Referentin im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW

P R O F I L

Kristin Langer

Diplom Pädagogin

Schwerpunkt Medienpädagogik

Seit 2007
Referentin im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW

MEDIEN SCOUTS NRW
LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW

Seit 2012
Mediencoach bei der Initiative
SCHAU HIN! Was dein Kind mit Medien macht.

SCHAU HIN Was Dein Kind mit Medien macht.

Z

A

H

L

E

N

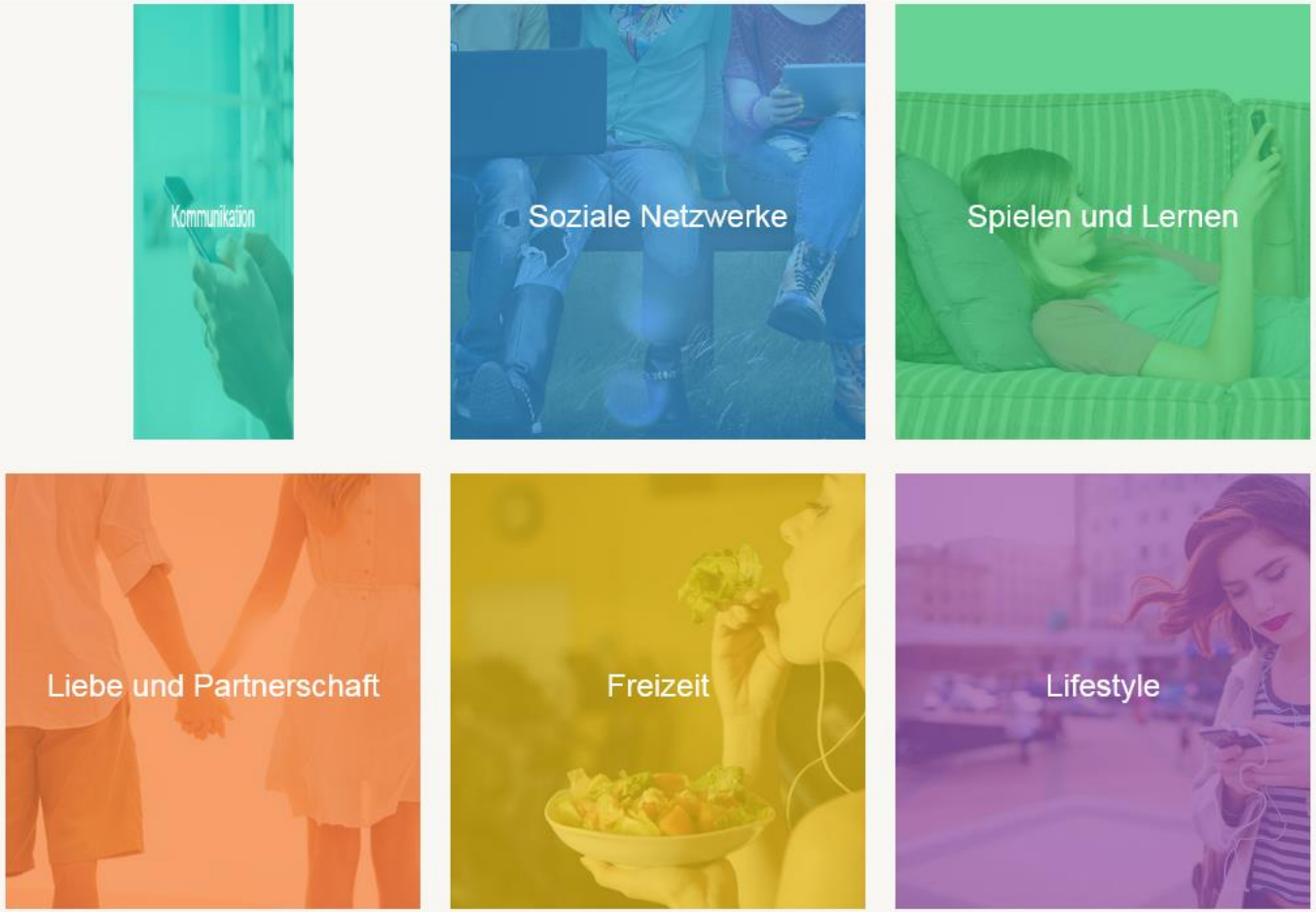
Apps in Echtzeit

So nutzen wir Apps in Echtzeit!

Durchschnittlich verbringen wir 2 Stunden und 42 Minuten täglich mit unserem Smartphone. Wir schreiben Nachrichten, posten Fotos und Kommentare, Spielen, Lernen, Bestellen und Verlieben uns sogar. Was das in Echtzeit bedeutet, zeigt unsere Infografik!

Mit einem Klick auf die Felder gibt es spannende zusätzliche Informationen.

App Downloads:	317	634	Umsatz:	€	€	226	67	00:00:00



Quellen

Z

A

H

L

E

N

kauf DA

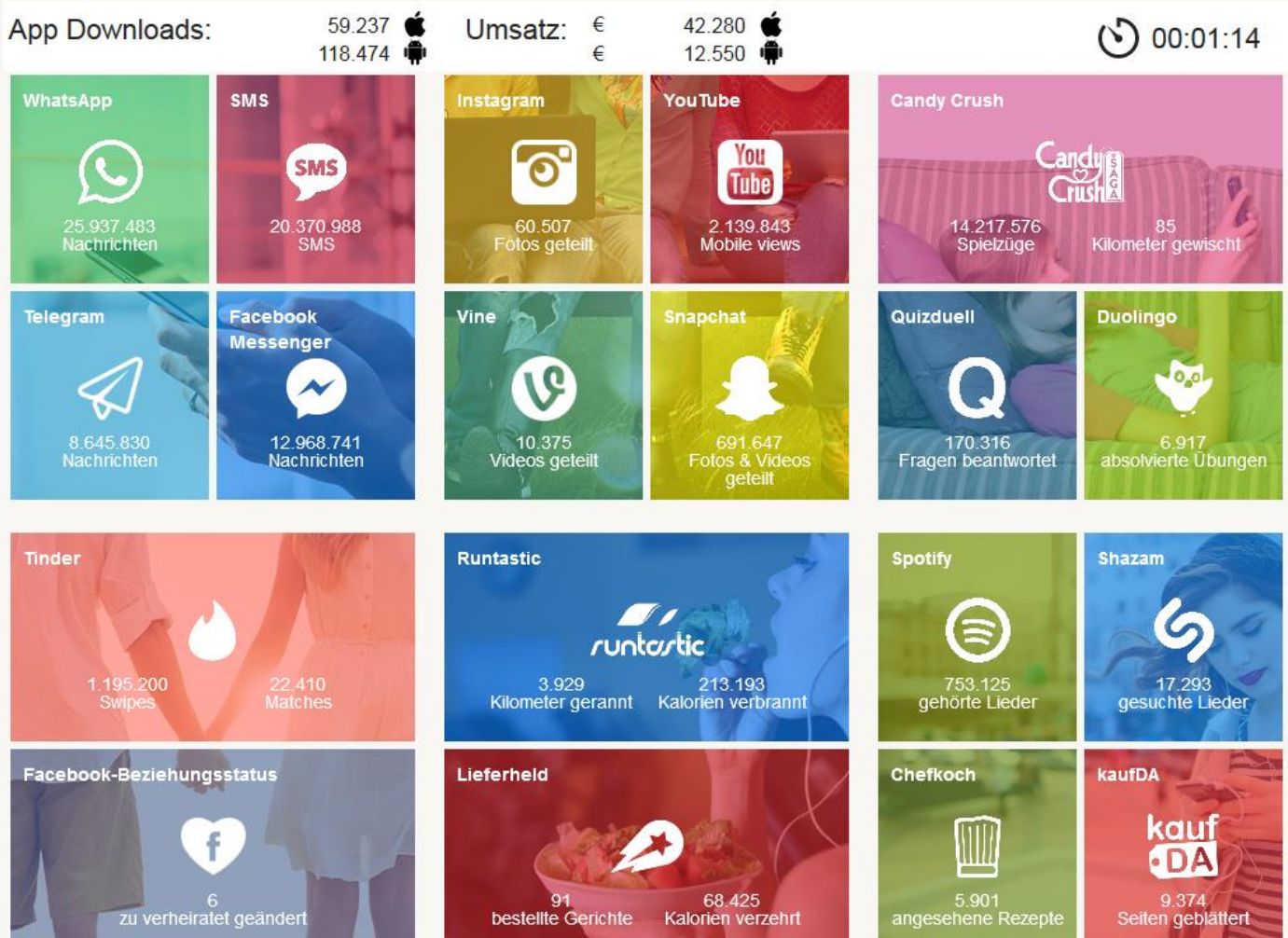
Apps in Echtzeit

https://www.kaufda.de/info/apps-in-echtzeit/

So nutzen wir Apps in Echtzeit!

Durchschnittlich verbringen wir 2 Stunden und 42 Minuten täglich mit unserem Smartphone. Wir schreiben Nachrichten, posten Fotos und Kommentare, Spielen, Lernen, Bestellen und Verlieben uns sogar. Was das in Echtzeit bedeutet, zeigt unsere Infografik!

Mit einem Klick auf die Felder gibt es spannende zusätzliche Informationen.

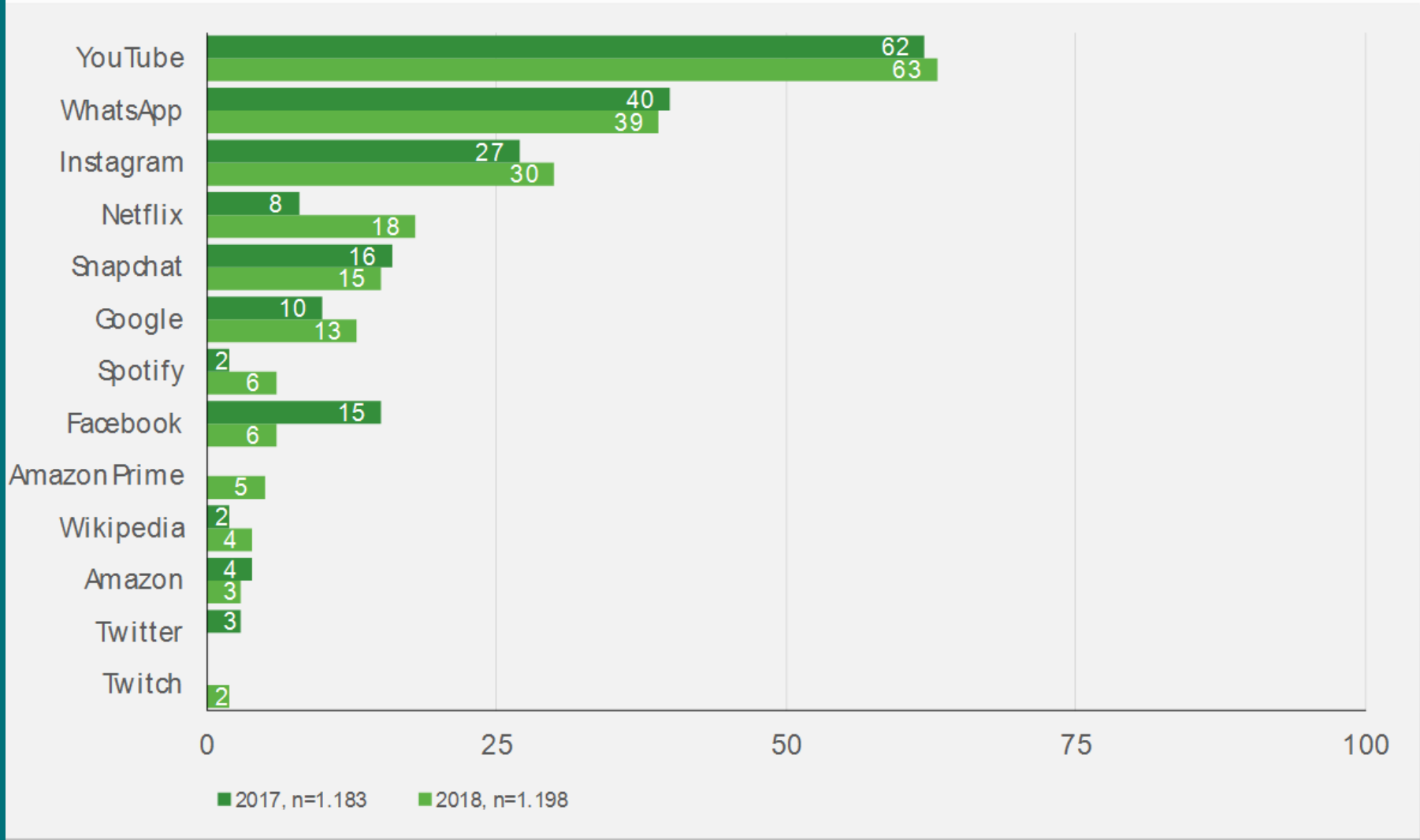


Erlebnis einer Internetminute in Echtzeit möglich

Welche Aktivitäten in Social Media Kanälen laufen weltweit parallel ab?

Z A H L E N

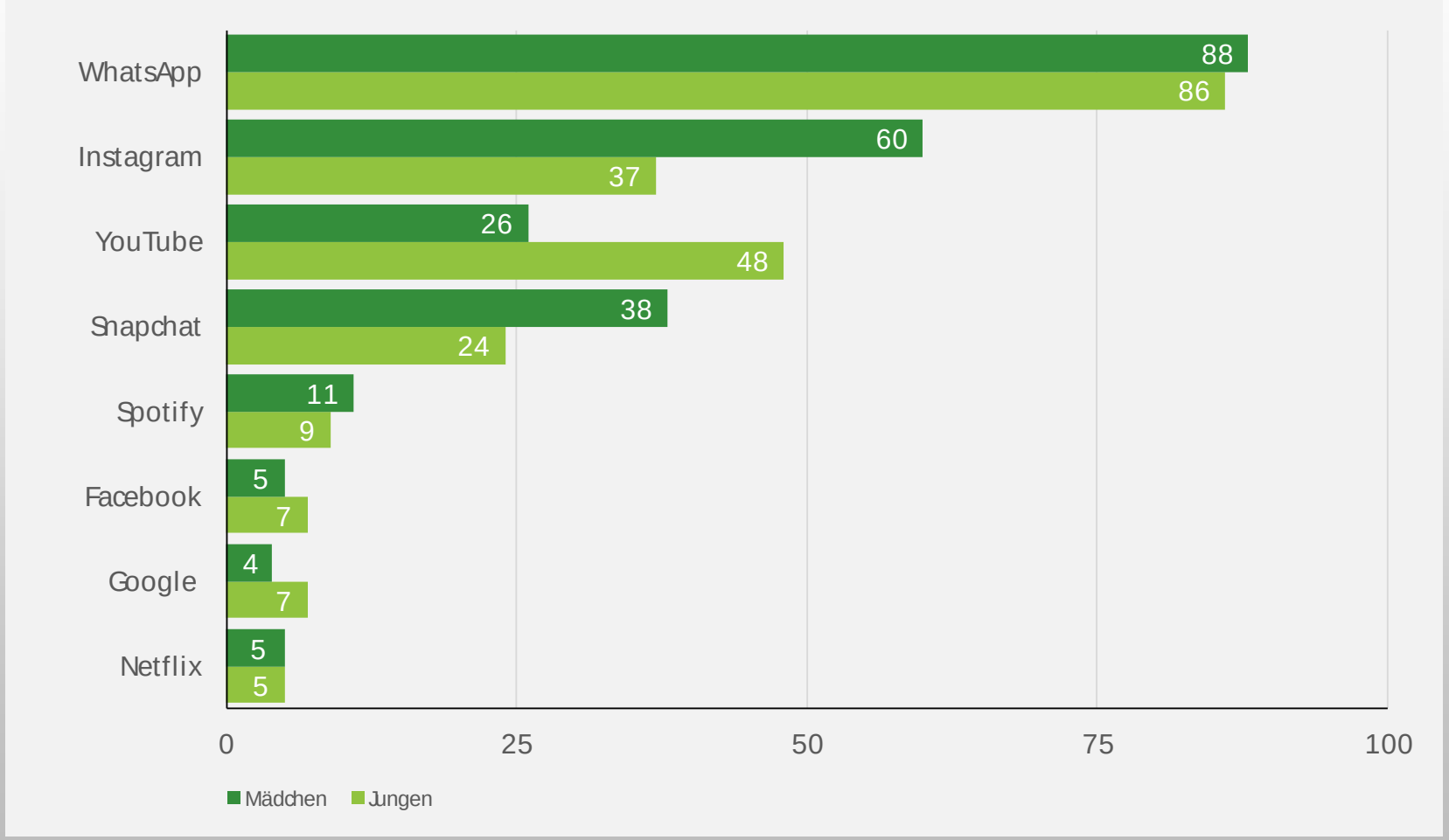
Liebste Internetangebote 2018
- bis zu drei Nennungen -



Quelle: JIM 2017, JIM 2018, Angaben in Prozent, Nennung ab 2 Prozent (Gesamt), Basis: Internetnutzer

Z A H L E N

Wichtigste Apps 2018
- bis zu drei Nennungen -



Quelle: JIM 2018, Angaben in Prozent, Nennung ab 3 Prozent (Gesamt), Basis: Befragte, die Apps auf ihrem Gerät haben, n=1.149

Z

A

H

L

E

N

JUGEND-INTERNET-MONITOR 2019 ÖSTERREICH

Saferinternet.at
Das Internet sicher nutzen!

WHATSAPP

83% -2%↓*

♀87% ♂80%

BELIEBTESTE MESSENGER-APP

NACHRICHTEN, BILDER & VIDEOS VERSENDEN

GRUPPENCHATS

TELEFONIEREN

STANDORT TEILEN

YOUTUBE

78% -3%↓*

♀73% ♂82%

VIDEO-PLATTFORM

INFORMATIONEN & UNTERHALTUNG

BELIEBTESTE SUCHMASCHINE BEI JUGENDLICHEN

INSTAGRAM

71% +8%↑*

♀72% ♂71%

INSZENIERTE SCHÖNE BILDERWELTEN

BILDER & VIDEOS WERDEN IN „STORIES" GETEILT UND SIND 24 H SICHTBAR

SNAPCHAT

52% -7%↓*

♀60% ♂45%

FOTO-APP FÜR SCHNAPPSCHÜSSE MIT FILTERN UND SPIELEN IN GRUPPEN

„STREAK" ALS FREUNDSCHAFTS-BEWEIS

FACEBOOK

44% -8%↓*

♀45% ♂42%

GRÖSSTES SOZIALES NETZWERK DER WELT

NEWS

WIRD VON JUGENDLICHEN Z.B. ZUM LESEN VON NEWS GENUTZT

FB-MESSENGER

26% NEU ERHOBEN!**

♀27% ♂25%

EIGENSTÄNDIGER MESSENGER VON FACEBOOK

NACHRICHTEN, BILDER & VIDEOS

NÜTZLICH FÜR INTERNATIONALEN AUSTAUSCH

WEITERE PLATTFORMEN:

TIKTOK (MUSICAL.LY)	19%↑	+2%*
SKYPE	18%↓	-12%*
TWITCH	15%↑	+6%*
DISCORD	13%**	NEU ERHOBEN!
TWITTER	13%↓	-3%*
IMESSAGE	10%**	NEU ERHOBEN!
TELEGRAM	7%↓	-5%*

*Im Vergleich zum Jugend-Internet-Monitor 2018 | ** Erstmals für den Jugend-Internet-Monitor 2019 erhoben

Der Jugend-Internet-Monitor ist eine Initiative von Saferinternet.at und präsentiert aktuelle Daten zur Social-Media-Nutzung von Österreichs Jugendlichen. Frage: Welche der folgenden Internetplattformen nutzt Du? (Mehrfachantworten möglich)
Repräsentative Online-Umfrage im Auftrag von Saferinternet.at, durchgeführt vom Institut für Jugendkulturforschung, 01/02 2019. n = 400 Jugendliche aus Österreich im Alter von 11 bis 17 Jahren, davon 194 Mädchen. Schwankungsbreite 3-5%.

Diese Infografik ist lizenziert unter der CC-Lizenz Namensnennung - Nicht kommerziell (CC BY-NC). Icons designed by Freepik.com & Flaticon.com. Font: Amatic © Vernon Adams, lizenziert unter SIL Open Font License, Version 1.1.

Gefördert durch das Bundeskanzleramt, Sektion Familien und Jugend. Die alleinige Verantwortung für diese Veröffentlichung liegt beim Autor.

Co-financed by the European Union
Connecting Europe Facility

Z A H L E N

Genderspezifische Nutzung von Medienangeboten

Mädchen nutzen digitale Angebote überwiegend im Bereich KOMMUNIKATION

Jungen bevorzugen digitale Angebote im Bereich GAMING

VORLIEBEN

Videos und Bilder: Entertainment hat Priorität

73 Prozent der Jugendlichen, die Videoplattformen nutzen, schauen sich besonders gerne Musikvideos an,
gefolgt von lustigen Videos von Influencern (57 %) und allgemein lustigen Clips (56 %).
auf Platz vier landen Tutorials (40 %).

Auch bei Bildern steht die Unterhaltung im Vordergrund, allerdings vorrangig aus dem privaten Bereich: Lustige Bilder und Fotos von Freunden schauen sich jeweils 71 Prozent der Jugendlichen, die entsprechende Plattformen verwenden, besonders gerne an. Mit Abstand folgen Bilder von Stars (50 %) sowie von Influencern (45 %).

Alle Informationen zur Studie finden sich unter www.jugendinternetmonitor.at

Funktion & Faszination von Social Media Kanälen

Partizipation

Beziehungs- und Kontaktpflege

Selbstdarstellung

Vernetzung/Organisation

Partizipation

Heranwachsende möchten Teilhaben

- Teilhaben an gesellschaftlicher Diskussion
- Teilhaben an Informationsaustausch und Meinungsbildung
- Dabei sein bei interessengeleiteten Gruppen
- (Eng) verbunden sein mit PEERS

Funktion

&

Faszination

Beziehungs- und Kontaktpflege

Möglichkeiten, die sich Heranwachsenden bieten:

- Beziehungen aufbauen
- Bestätigung finden - anerkannt und geschätzt werden
- Kommunikationsprozesse einüben und etablieren
- bestehende Kontakte pflegen
- neue Kontakte und Beziehungen knüpfen

Grundsätzlich lassen sich Erfahrungswelten aus der face-to-face-Kommunikation ausweiten- auch unabhängig von Beziehungen in vertrauten sozialen Bezügen.

Funktion

&

Faszination

Selbstdarstellung

- Möglich in Wort, Bild und Ton = Darstellung von Gedanken, Gefühlen, äußerer Erscheinung, Meinung,……
- Sich mit anderen messen und vergleichen
- Vorbilder für die eigene Persönlichkeitsentwicklung finden durch Auswerten der Selbstdarstellung anderer
- Selbstdarstellungen dienen der Orientierung zu Sexualität sowie der Entwicklung und des Verständnisses sozialer Rollen

Funktion

&

Faszination

Funktion

&

Faszination

Vernetzung/Organisation

- Vernetzung erfolgt unmittelbar, mit großer Reichweite
- Ist gezielt auswählbar und einsetzbar für Interessen, Vorlieben und Bedürfnisse
- Organisation von Kontakten und Informationsvermittlung ist leicht handhabbar und schnell umzusetzen
- Social Media Kanäle können klassische Vernetzungs- und Organisationsstrukturen ergänzen und erweitern

Funktion & Faszination von Social Media Kanälen

Partizipation

Beziehungs- und Kontaktpflege

Selbstdarstellung

In den weiteren Ausführungen werde ich diese drei Bereiche insbesondere betrachten.

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich

Informationsaustausch, Meinungsbildung, gesellschaftliche Diskussion – Medieninszenierung

- Wie sind Informationen sprachlich und bildlich gestaltet?
- Beispiel: Musikvideos - Geschlechterdarstellung
  (Studie Internationales Zentralinstitut für Jugend- und Bildungsfernsehen IZI* – veröffentlicht Januar 2019 im Rahmen der MaLisa Studie „Weibliche (Selbst)Inszenierung in den neuen Medien)*

* Durchgeführt von Maya Götz

** Herausgeberinnen: MaLisa Stiftung, Maria und Elisabeth Furtwängler

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich

Informationsaustausch, Meinungsbildung, gesellschaftliche Diskussion – Medieninszenierung

Beispiel: Musikvideos - Geschlechterdarstellung

- Maya Götz wertete mehr als 300 beliebte Musikvideos aus und befragte über 700 Jugendliche zu ihrer Rezeption dieser Filme.
- Befragungsergebnisse zusammengefasst:
  Frauendarstellungen werden sexualisiert durch entsprechende Kleidung, dem Mann untergeordnet und durch Kameraeinstellungen für spezielle Darstellungen
- **„Während Männer meist als Ganzes gezeigt werden, kommt der Frauenkörper häufig nur in Ausschnitten vor: Brüste, Beine, Po - über die Hälfte der Videos zeigen Frauen ohne Kopf**.

Doch Anlass zur Revolution in der Zielgruppe gibt das nicht - im Gegenteil:

75% der Jugendlichen finden solche Musikvideos völlig normal und orientieren sich sogar daran.

"Mädchen wollen so aussehen, wie die Frauen in den Videos und Jungs wollen eine Freundin haben, die so ist„

FAZIT der MaLisa-Studie: Rollenbilder in Musikvideos und Social Media Kanälen sind nicht modern. Stereotype werden überwiegend verbreitet.

I N H A L T E

CHANCEN
Inhalte und Ausdrucksform selbst bestimmen

-
Eunique – Rapperin (Freestyle-Rap-Videos)
- Künstler können in Social Media selbst ihr Image bestimmen
keine Fremdinszenierung
- Songtexte aus weiblicher Perspektive, Kampf gegen Sexismus
- Ihre Erfahrung: Vorurteile werden wirksam, wenn man sich nicht erwartungsgemäß verhält.
- https://www.youtube.com/channel/UCppb1MUh0f5CSRGiae_LnUg

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich Rollen-Rollenerwartung Jungen/Männer

- Welche Rollenbilder werden angeboten?
  Kultur – Wertschätzung von Diversität - Grundhaltungen
- Werbung
- Digitale Spielewelten – Film- und Serienhelden
- Musik, Sport - Berufsbilder

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich Rollen-Rollenerwartung Jungen/Männer

- Welche Rollenbilder: aus welchen Kulturkreisen mit welcher Grundhaltung und Wertschätzungsperspektive der Geschlechter rezipieren junge Zuschauende?

- Häufige Festschreibung auf die Abenteurer, Weltentdecker, „Helden“, die Durchsetzungsfähigen: Spielewelten operieren verstärkt mit solchen Charakteren

Es ist gut, wenn wir hier in der Medienbildung aufmerksam sind, Hintergründe und Zusammenhänge erkennen, durch Bearbeitung von Medienthemen und Medienbeispielen Wissen vermitteln und sensibilisieren – Raum für Vielfalt schaffen!

Selbstinszenierung auf YouTube

Funktion & Faszination von Social Media Kanälen

Beziehungs- und Kontaktpflege

Selbstdarstellung

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich

Selbstinszenierung auf YouTube

- Hauptakteure auf YouTube: von 1000 Kanälen
  70%Männer (Musik,Film, Comedy,Politik, Sport
  29% Frauen (Beratung: Beauty,Mode,Ernährung)*

- „Während Frauen eher von ihrem Hobby oder ihrer Passion erzählen und ihre Inhalte sich überwiegend im privaten Bereich abspielen (71% der Frauen zeigen sich in ihrer Wohnung), präsentieren Männer selbstbewusst ihre Kompetenz und deklarieren ihre Tätigkeit als professionelles Handeln. Außerdem bewegen sie sich deutlich häufiger als Frauen im öffentlichen Raum. Ein Geschlechterbild *"fast wie in den 50er Jahren"* -
während Frauen eher von ihrem Hobby oder ihrer Passion erzählen und ihre Inhalte sich überwiegend im privaten Bereich abspielen (71% der Frauen zeigen sich in ihrer Wohnung), präsentieren Männer selbstbewusst ihre Kompetenz und deklarieren ihre Tätigkeit als professionelles Handeln. Außerdem bewegen sie sich deutlich häufiger als Frauen im öffentlichen Raum. Ein Geschlechterbild *"fast wie in den 50er Jahren"* -

- *Universität Rostock Prof. Elizabeth Prommer und Filmuniversität Babelsberg Claudia Wegener

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich
Selbstinszenierung auf YouTube

- Bildsprache, Bildwirkung und Botschaft – THEMEN
- Hass-Kommentare/Likes und Abos
- *Universität Rostock Prof. Elizabeth Prommer und Filmuniversität Babelsberg Claudia Wegener

I N H A L T E

Herausforderungen im Bereich

Selbstinszenierung auf YouTube

Ömer Oruc vor 1 Monat

Alter mir ist schlecht geworden

24 ANTWORTEN

Antwort ansehen

Simonesisi s vor 1 Monat

1.Bist du männlich h oder weiblich kann Mann nciht sehen bei der speckschicht
2.Mach Sport du fettes Teil
3.Deine Videos sind ekelerregend
4.Lerne mal Manieren beim Essen zu haben
5.esse gesund du fettes miststück
Weniger anzeigen

23 ANTWORTEN

7 Antworten ansehen

B
E
I
S
P
I
E
L

Felix von der Laden
YouTube seit 2011
Let‘s Plays – Vlogs –Motorsport
ZDF Felix fragt – Deutschlandcheck vor der Wahl

https://www.youtube.com/results?search_query=Felix+ovn+der+Laden

I N H A L T E

Chancen der Selbstinszenierung auf YouTube

- Individuelle Informationsinteressen werden bedient – auch jenseits gängig akzeptierter Themen
- Raum für gendergeleitete Themen: Körperkult, sexuelle Orientierung, Umgang mit Vorurteilen, Diversität
- Reichweitenstärke für Meinungsvielfalt nutzbar
- Stärkung der Selbstwirksamkeit/Ausbau der Chancengleichheit

B
E
I
S
P
I
E
L

handysektor
YouTuber des Monats

Warum ist Mai Thi Nguyen-Kim mit Mailab YouTuber des Monats?
Ganz einfach: Weil Wissen wunderbar ist. Und genau das vermittelt Mai in ihren Videos. Und zwar – sorry liebe Lehrer – einfach viel spannender, als in der Schule. Alles was sie erklärt ist irgendwie spannend, teilweise sogar lustig und vor allem: wissenschaftlich von ihr geprüft.
Ist der Channel MaiLab was für dich?
Da Mai verschiedenste Themen, Gerüchte und Probleme überprüft ist es schon ziemlich wahrscheinlich, dass du hier auch was spannendes für dich findest. Und dabei was lernst. Wenn du außerdem sowieso eher neugierig bist und gerne im Smalltalk mit unnützem Wissen glänzt: MaiLab wird dir gefallen. Du willst in Chemie vielleicht mal ein Referat halten, deine mündliche Note aufbessern oder hast einfach so Lust auf mehr Chemie im Leben? Du wirst MaiLab lieben. Viel Spaß dabei!
(Quelle: https://www.handysektor.de/artikel/youtuberin-des-monats-oktober-mailab/
)

B
E
I
S
P
I
E
L

#funk

https://www.youtube.com/watch?v=fd-XDYTwN9I

Homosexualität ist therapierbar?

Schwule und Lesben reagieren
auf Stereotype - Wahrheit oder Vorurteil?

Selbstinszenierung bei Instagram

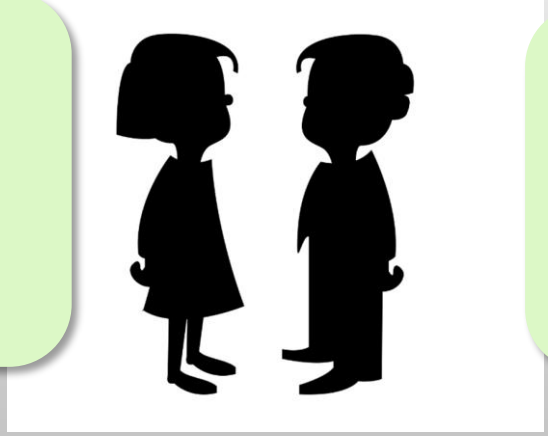
Herausforderungen

I
N
S
T
A
G
R
A
M

Wie ist das eigentlich, eine Freundin zu haben?

Wer bin ich?

Wie komme ich bei anderen an?

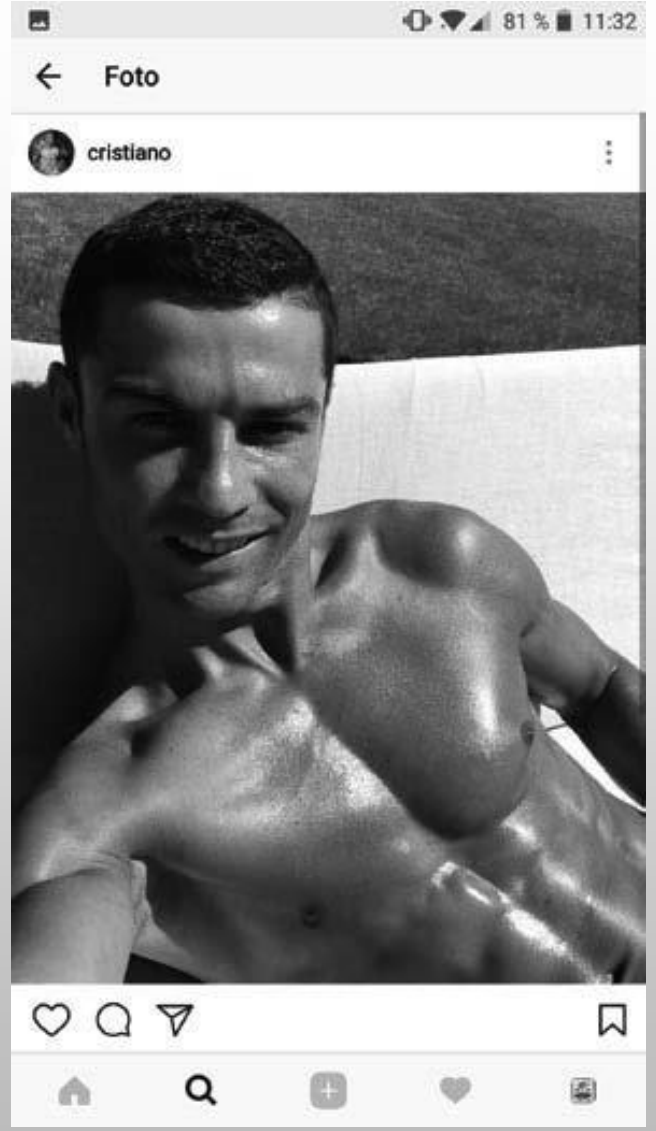


Wer will ich sein?

Bildquelle:
www.openclipart.org; girlandboybyjohnny_automatic

Gestählter Körper und Sexy Posen

I
N
S
T
A
G
R
A
M



Quelle: klicksafe-Broschüre
Selfies-Sexting-Selbstdarstellung
Mobile Medien 3 (S.24)

INSTAGRAM

B
E
I
S
P
I
E
L

Pamela Reif, geb. 1996
Abidurchschnitt 1,0 seit 2012 aktiv auf Instagram
Bekanntheit: Sport- und Fitnessbilder
Verdienst heute: Bewerbung von Fitness und Modeprodukten
Januar 2019 rund 4 Mio. Abonnenten
Prozess wg. Schleichwerbung ging zu ihren Ungunsten aus

https://www.instagram.com/pamela_rf/?hl=de

B
E
I
S
P
I
E
L

Madeleine Darya Alizadeh dariadaria
Aktivistin Beginn 2010 Heute 245.000 Follower

Ihre Themen: Nachhaltigkeit in allen Bereichen, Umwelt- und Tierschutz, Gleichberechtigung, Feminismus, der Kampf gegen Rassismus und Sexismus.

https://www.dariadaria.com/ https://www.instagram.com/dariadaria/?hl=de

Marlene Bierwirth marlene_bwt
Bloggerin Buchautorin „Meine Medizin seid
Thematisiert ihre Krebserkrankung und deren Bewältigung

https://www.instagram.com/marlene_biwt/?hl=de
http://marlene-bierwirth.weebly.com/blog

Ausblick zur gendersensiblen Medienbildung

- Reflektiertes Auswählen und Nutzen von Medienangeboten unter Berücksichtigung von Genderperspektiven:
  das Verhältnis zwischen den Geschlechtern und Veränderungs-prozesse der Beziehungen sind im Fokus – nicht die Betonung von Unterschieden.

- Eigenes Gestalten und Verbreiten von Medienbeiträgen:
  Chancengleichheit bei inhaltlicher und technischer Realisierung
  Vertrauensaufbau für die Selbstkompetenz
  Lernorientierung statt Leistungsorientierung

Ausblick zur gendersensiblen Medienbildung

- Verstehen und Bewerten von Mediengestaltungen:
  Kulturelle, künstlerische und persönliche Gestaltungsmerkmale herausarbeiten – Wertschätzung individueller Unterschiede

- Erkennen und Aufarbeiten von Medieneinflüssen:
  Austausch und Auswertung individueller Erfahrungen
  Reflektion von Nutzungsverhalten – Wirksamkeit auf Emotionalität

Ausblick zur gendersensiblen Medienbildung

- Durchschauen und Beurteilen von Bedingungen der Medienproduktion und Medienverbreitung: Chancengleichheit – Wirtschaftsinteressen – Datensicherheit - Privatsphäre

Vielen Dank für‘s Zuhören