

Münchner Elternabend Medien 2021 – online

Workshop

Medienheld*innen: Vorbild, Stereotyp und Konsum

13. Oktober 2021
19:00 – 19:30 Uhr
und
19:45 – 20:15 Uhr



Sabine Eder

Dipl. Päd., Medienpädagogin
sabine.eder@blickwechsel.org

Blickwechsel

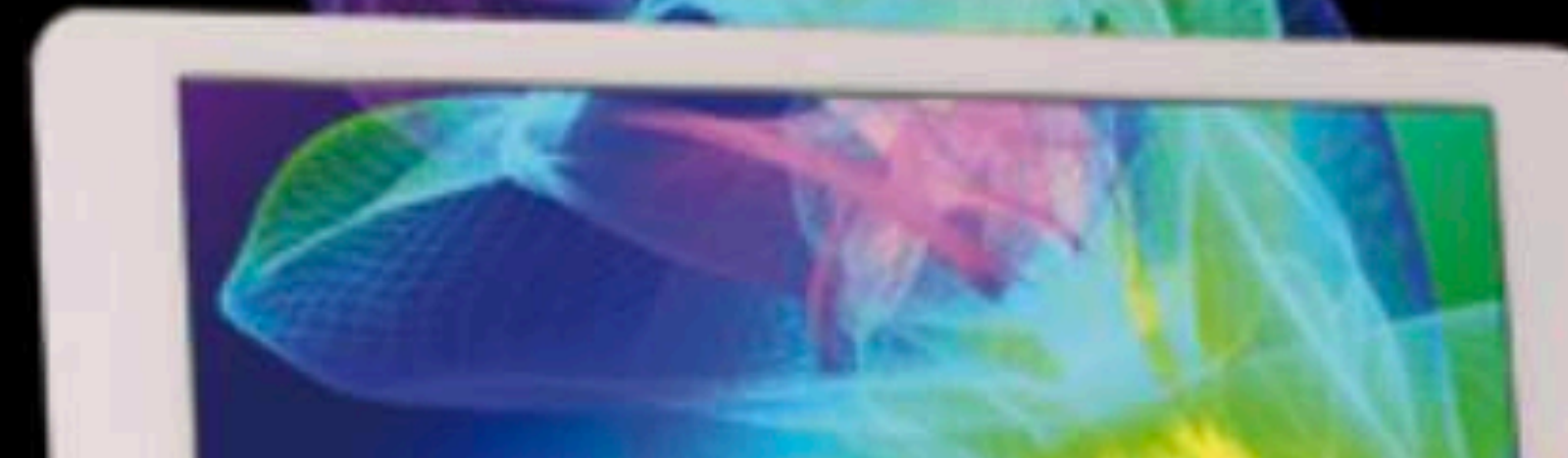
Verein für Medien- und Kulturpädagogik

www.blickwechsel.org

GMK

Gesellschaft für
Medienpädagogik und Kommunikationskultur

www.gmk-net.de



Wer sind gerade die Medienheld*innen Ihrer Kinder?

Welche sind gerade angesagt?

Schreiben Sie diese in den Chat.

Abbildungen MedienheldInnen entfernt

Was fällt Ihnen zur Darstellung von
Mädchen und Jungen in den Medien ein?
(bzw. Frauen und Männern)

Abbildungen entfernt

Karikatur „Konstruktivismus“ entfernt

Nachdenkaufgabe ...

Hatten Sie Privilegien aufgrund Ihres „Geschlechts“? Wenn ja, welche?

Gab es Kinder oder Erwachsene, die Ihnen Tätigkeiten verwehrt haben, weil Sie ein Junge/Mann oder ein Mädchen/Frau waren?

Haben Sie Menschen bestimmte Tätigkeiten verwehrt, weil diese ein Junge/Mann oder ein Mädchen/Frau waren?

Ziel geschlechterbewusster Erziehung ist es ...

„...Kinder – jenseits von Geschlechterklischees – in ihren individuellen Interessen und Fähigkeiten zu fördern.“ (Focks, 2016, S. 22)

Risiken für alle Kinder

Kinder erleben, dass Vor- oder Nachteile mit ihren jeweiligen Identitäten verbunden sind (dies widerspricht ihrem Gerechtigkeitsempfinden).

Kinder, die sich nicht geschlechtstypisch verhalten, werden vielfach verunsichert und herabgewürdigt.

Kinder, die nicht einfach als „weiblich“ oder „männlich“ verortet sind, wie beispielsweise intersexuelle Kinder, werden ausgegrenzt.

(Focks, 2016)

denn ...

... **einengende Geschlechterstereotype** führen dazu, dass Kinder bestimmte Entdeckungsreisen, Handlungen und Experimente frühzeitig abbrechen oder erst gar nicht ausprobieren“.

(Krabel/Cremers, Berlin 2008)

Konstruktion von Geschlecht!?

Ausgangslage

Unter **sex** wird das biologische, körperliche Geschlecht verstanden.
Anatomie, Physiologie und der Chromosomensatz einer Person...

gender („soziale Geschlecht“) entsteht durch soziale, kulturelle Prägung einer Person. Gender wird innerhalb sozialer Interaktionen fortwährend konstruiert. Menschen repräsentieren ihr *gender*, gemäß sozialer Normen und drücken sich entsprechend aus!

Gender ist in vielen Bereichen des Lebens relevant!

Beim *Doing Gender* gilt die Geschlechterzugehörigkeit als Ergebnis komplexer sozialer Prozesse.

Kann Doing Gender jemals nicht getan werden? Nein, da jedes Verhalten (Gesten, Aussagen), die Stimme, die Kleidung und jede Handlung gender signalisiert (West und Zimmerman, 1987, S. 127ff).

Gibt es auch Undoing Gender?

Gender - Entstehung

Genderbedingte Sozialisation....

- Erziehung
- Erfahrung
- Vorbilder (in den Medien)

Medienbedingte Sozialisation

- Wahrnehmung, Verstehen, Deuten
- Umgang, Handeln

Doing Gender

Geschlechtsbezogenes Verhalten ist weder rein biologisch bedingt noch nur durch äußere Zuschreibungen und Erwartungen bestimmt. Stattdessen wird es in sozialen Interaktionen immer wieder aktiv hergestellt. Diese ‚Herstellung‘ und Gestaltung von Männlichkeit und Weiblichkeit wird als Doing Gender bezeichnet (vgl. West/Zimmermann 1991). Anders als im Konzept einer individuellen Geschlechtsidentität erscheint Gender damit nicht als Merkmal einzelner Kinder, sondern als etwas, was im sozialen Miteinander entsteht.

Geschlechterdifferenz oder Geschlechterinszenierung?

Vorstellung von **Geschlechterdifferenz** ist hartnäckig:
Jungen sind eher naturwissenschaftlich interessiert,
Mädchen sind sprachbegabt.

Männer können nicht zuhören, Frauen nicht einparken....

Wir schauen in die Runde: Und bestätigen die Realität? Oder nicht? 😊

Geschlechterinszenierung (Doing Gender): Viele Beispiele aus der Schule. Bspl. Physikarbeiten werden besser benotet wenn nicht klar war, dass sie von einem Mädchen geschrieben wurde. (Elisabeth Frank, 1995, S.115).

DoingRace: Bewerbungen: Allein die Angabe eines türkischen Namens reicht aus, die Chance auf ein Vorstellungsgespräch um 14 Prozent zu senken, in kleineren Unternehmen sogar um 24 Prozent (Institut zur Zukunft der Arbeit (IZA)2012)

DoingClass: Namen wie Kevin, Mandy sind assoziiert mit „Verhaltensauffälligkeiten“ (Uni Oldenburg.)

Geschlechtsidentität...

...bezeichnet keinen abgeschlossener Prozess, sondern beginnt vor der Geburt & wird lebenslang immer wieder bearbeitet und neu definiert.

Frühkindlicher Geschlechtsidentität: drei Dimensionen

- die biologischen Komponenten*
 - die psychologischen Komponenten
 - die soziokulturellen Komponenten
- wirken bei Erlangung und Stabilisierung der Geschlechtsidentität zusammen
(meist nicht bewusst).

* Es gibt mindestens zehn Geschlechter, so hat es eine Wissenschaftlerin einmal ausgedrückt. Das bedeutet, dass Menschen auch in Bezug auf ihr biologisches Geschlecht unterschiedlich sein können (und sind)! Quelle: Frühkindliche Geschlechtsidentität, Margarete Blank-Mathieu. <http://www.kindergartenpaedagogik.de/746.html>

Kinder zeichnen „Firefighter ...“

<https://www.youtube.com/watch?v=qv8VZVP5csA>

[#redrawthebalance](#)

Inspiring The Future - Redraw The Balance

Hier folgten Beispiele für stereotype Verpackungen ... die „blau-pink-Falle“

Können bei PinkStinks gemeldet werden: <https://werbemelder.in/pages/erfolge>



Fotos: Sabine Eder

Der Trend ist nicht neu ...



<https://www.emma.de/artikel/pink-hysterie-ei-love-rosa-ei-kotz-gleich-266028>

An diesem Ei kommt derzeit keine vorbei, die Werbeplakate hängen nämlich, pink auf pink, an jeder Ecke. Überfraugroß ein rosa Ü-Ei mit, klar, Blümchen drauf, dazu der Slogan: „► **Ei love rosa**“. Die Überraschung für Mädchen ist, auch klar, kein Auto zum Zusammenbasteln, sondern eine pinke Tussi-Fee aus der ebenso pinken US-Zeichentrickserie „► **Winx-Club**“. Ei kotz gleich!

Im zugehörigen Presstext „Prinzessin & Power, Ponyhof & Selbstbestimmung“ schreibt ein gewisser Axel Dammler, „Jugendforscher“: „Während Mädchen integrativer und kooperativer veranlagt sind, sind Jungs deutlich wettbewerbs- und statusorientierter“. So hält man's im Hause *Ferrero*: Spiel, Spaß, Spannung. Und ► **Sexismus**. Und zwar nicht nur in jedem siebten, sondern in jedem Ei.

Mit seinem ► **biologistischen Beitrag** zum Backlash ist der italienische Süßwarenhersteller übrigens nicht alleine, Pink-Hysterie herrscht auch bei ► **Legó**, ► **Playmobil** und ► **Duplo**. Ach ja, und bei ► **Lillifee**.

linke Seite:
So sind die Figuren dargestellt.

rechte Seite:
So entsprächen sie dem menschlichen Körperbau

Abbildungen (Pocahontas, Arielle, Elsa) entfernt

Verschlankung, teils Hypersexualisierung

Literatur:

Holler, Andrea; Götz, Maya:

Wollen Kinder sexualisierte Mädchenfiguren?

In: TelevIZion, 30/2017/2, S. 18-19.

Medienfiguren + Geschlechterrollen zum Thema machen ...



**Medien-
erlebnisse
reflektieren und
aufarbeiten**

Z.B. Gesprächsrunde in der Kita, mögliche Fragen

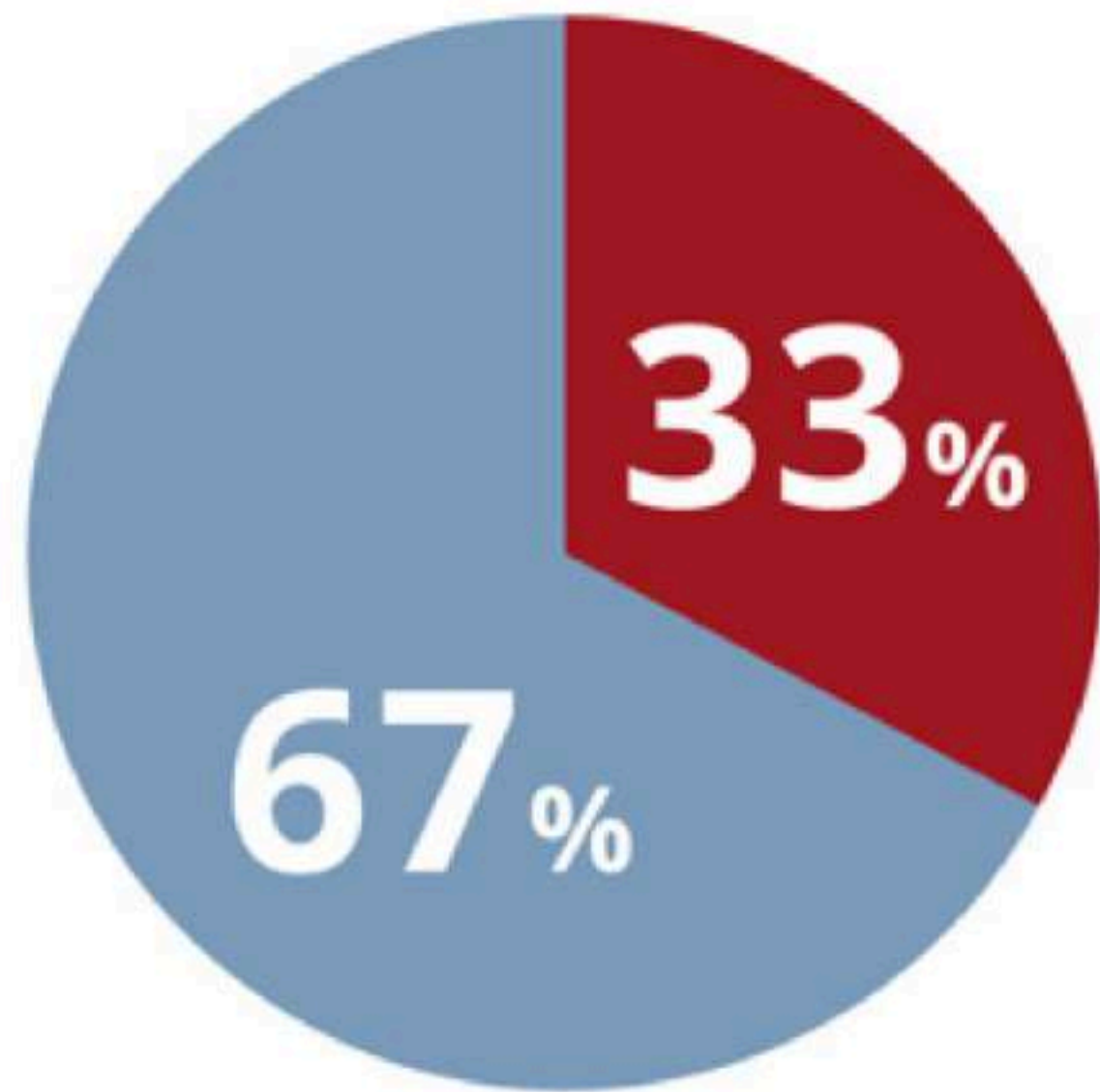
1. Was findet ihr an euren Medienfiguren toll?
2. Was machen sie besonderes?
3. Habt ihr auch Spielfiguren davon?
Wenn ja, welche?
4. Schaut ihr euch die Sendung alleine oder mit euren Eltern?
5. Sprecht ihr mit euren Eltern über die Sendung?
6. Was würdest du gerne machen/ erleben können, wenn Du der/die HeldIn wärst?

Tipp: Eine Medienspielzeugfigur rumreichen lassen im Gespräch.

Noch ein paar Studienergebnisse

01

FRAUEN SIND DEUTLICH UNTERREPRÄSENTIERT.



 Frau  Mann

Auf **eine Frau** kommen über alle Fernsehprogramme hinweg **zwei Männer**.



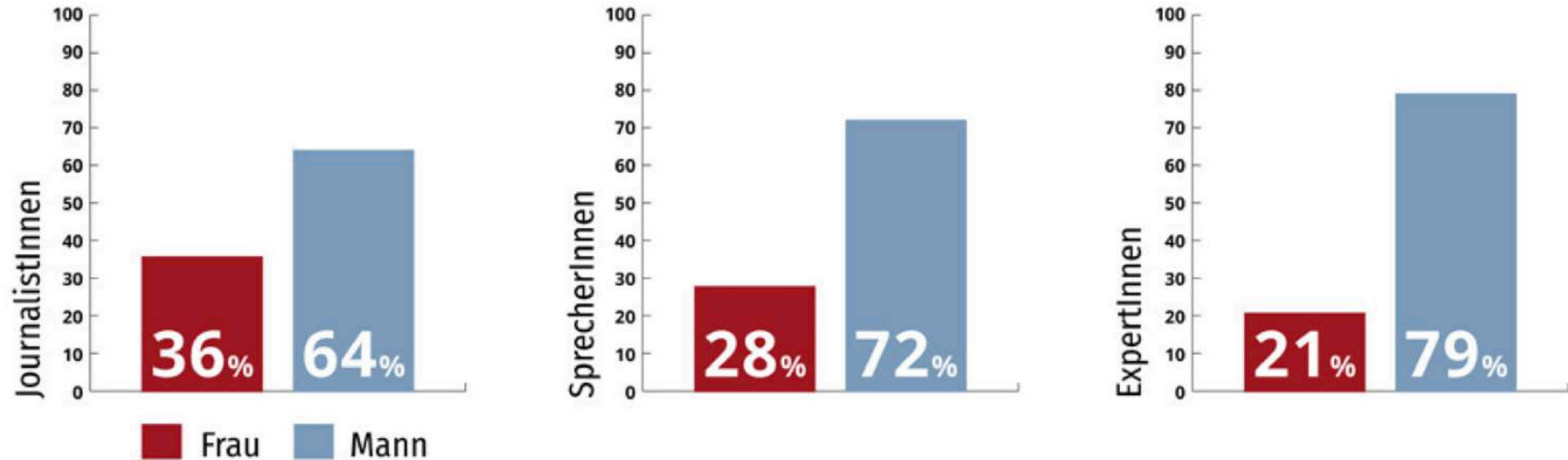
1. Frauen sind deutlich unterrepräsentiert

- Frauen kommen in deutschen audiovisuellen Medien seltener vor. Über alle Fernseh-Programme hinweg kommen auf eine Frau zwei Männer.
- Bei den Fernsehvollprogrammen kommt ein Drittel der Programme ganz ohne Protagonistinnen aus (im Vergleich nur 15% ohne Protagonisten).
- Es gibt eine Ausnahme! Nur Telenovelas und Daily Soaps sind repräsentativ für die tatsächliche Geschlechterverteilung in Deutschland, sprich ca. 51% Frauen und 49% Männer. Allerdings machen diese nur 3% aller Sendungen aus.
- Wenn Frauen gezeigt werden, kommen sie mehr als doppelt so häufig im Kontext von Beziehung und Partnerschaft vor.

03

MÄNNER ERKLÄREN NOCH IMMER DIE WELT.

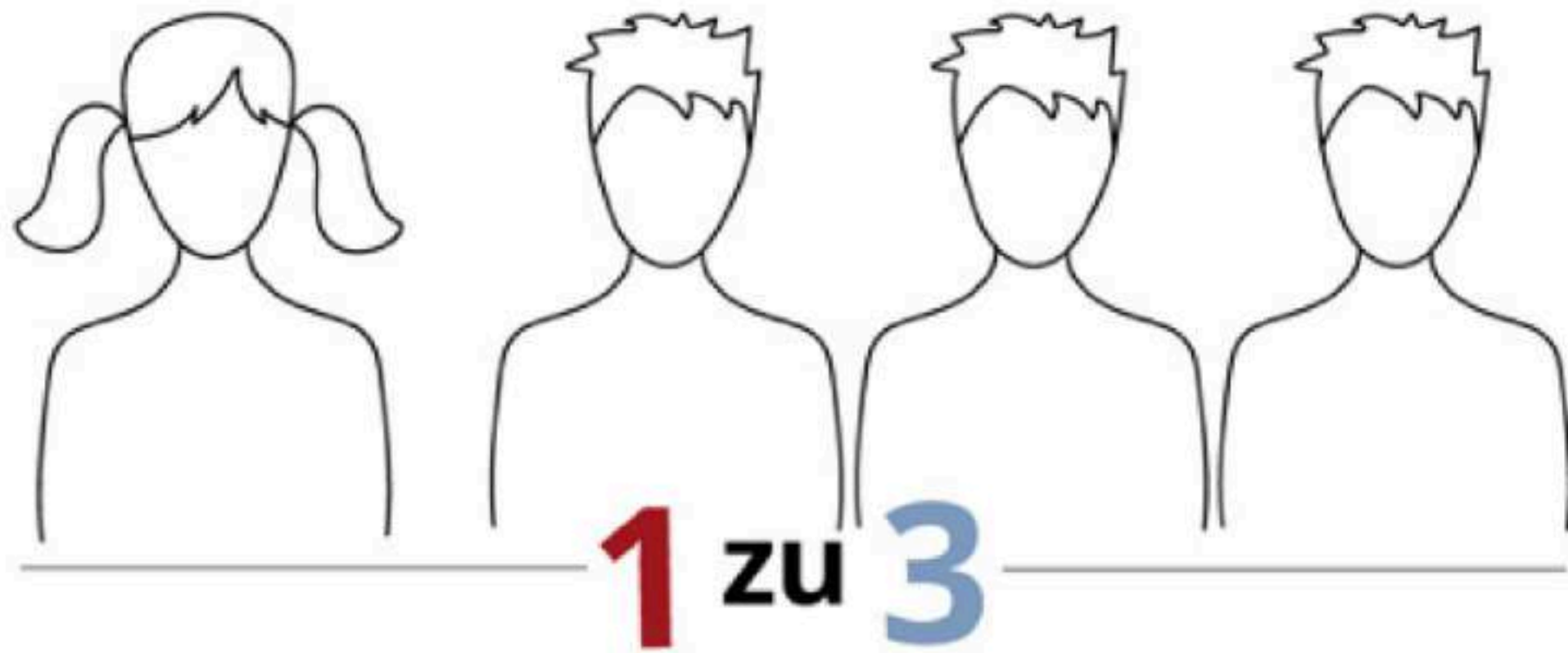
Auch in der **TV-Information** ist das Verhältnis zwischen Männern und Frauen als HauptakteurInnen extrem **unausgeglich**.



04

IM KINDERFERNSEHEN IST DER UNTERSCHIED NOCH STÄRKER.

Ob Lizenzprogramm oder Eigenproduktion
– nur **eine von vier** Hauptfiguren
ist weiblich.



In der Fantasiewelt ist der
Unterschied am stärksten. Dort
kommen auf **neun männliche**
Tierfiguren **eine weibliche**.

Themeninteresse: Kernbotschaften.

THEMENINTERESSE ALLGEMEIN

- Klischee olé: Mädchen lieben Prinzessinnen und Tiere. Jungs stehen auf Fußball, Autos und Superhelden.
- Im Lauf der Entwicklung verschieben sich die Interessen, andere Themen rücken in den Fokus. Bei den 12- und 13-Jährigen gewinnen Natur und Umwelt, Reisen und aktuelle Themen an Bedeutung.

MÄDCHEN

- Junge Mädchen lieben Pferde, (Haus)Tiere, Prinzessinnen.
- Immerhin: Jedes dritte 13-jährige Mädchen interessiert sich für Sport & Fußball.

JUNGEN

- Mit Autos und Superhelden kriegst du alle Jungen!
- Sport, Fußball kommt verstärkt mit dem Schuleintritt hinzu.
- Indianer, Ritter und Feuerwehr erreichen die Jungen bis zum Ende der Grundschule.

Die Geschlechterverteilung ist weiterhin unausgewogen



SICHTBARKEIT UND VIELFALT IM TV

FORTSCHRITTSSTUDIE ZUR AUDIOVISUELLEN DIVERSITÄT

FORTSCHRITTSSTUDIE SICHTBARKEIT UND VIELFALT IM TV

GRAFIKEN ZUR STUDIE

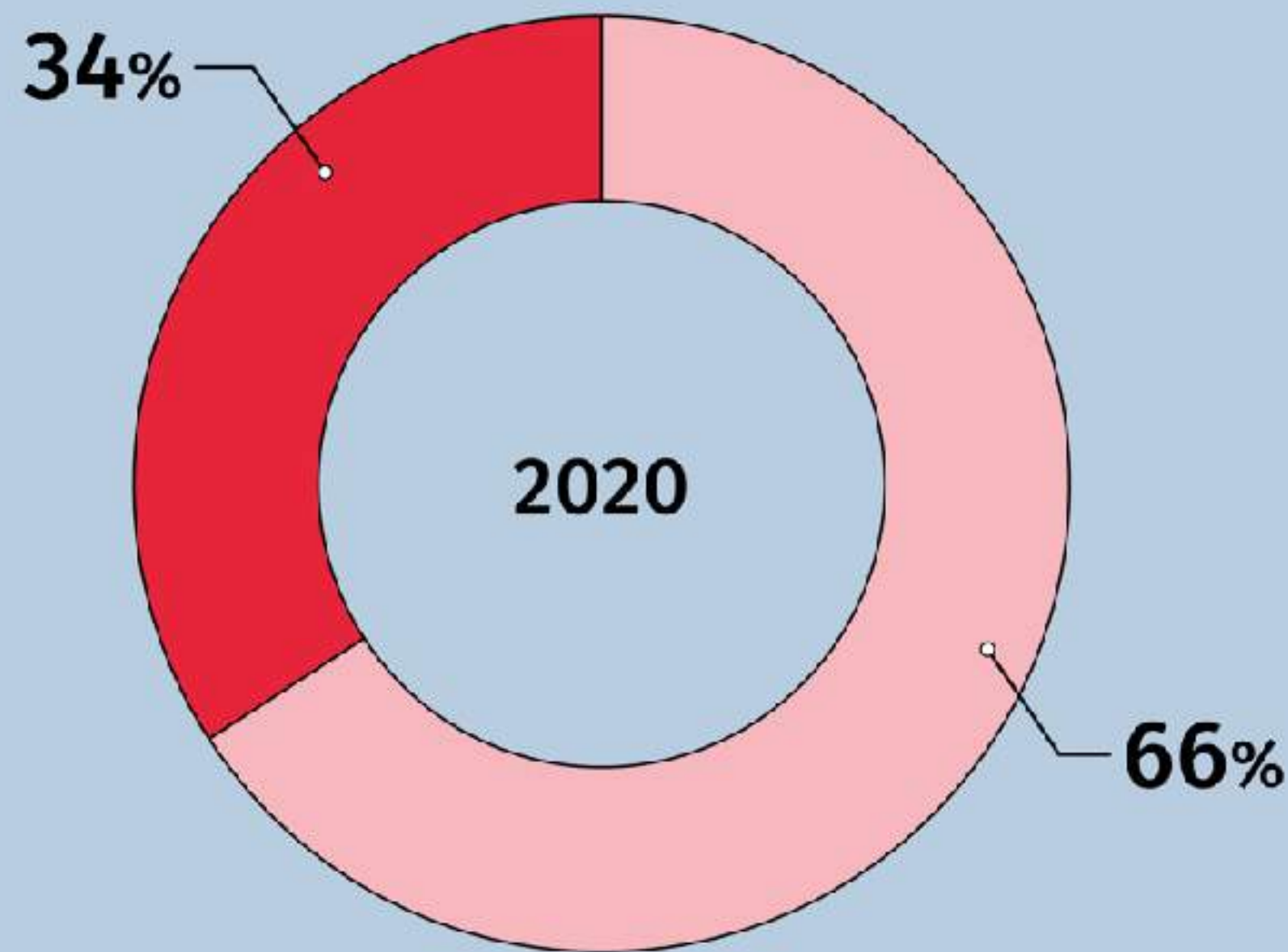
BERICHT DER UNIVERSITÄT ROSTOCK ZUR STUDIE

PRESSEMITTEILUNG ZUR STUDIE

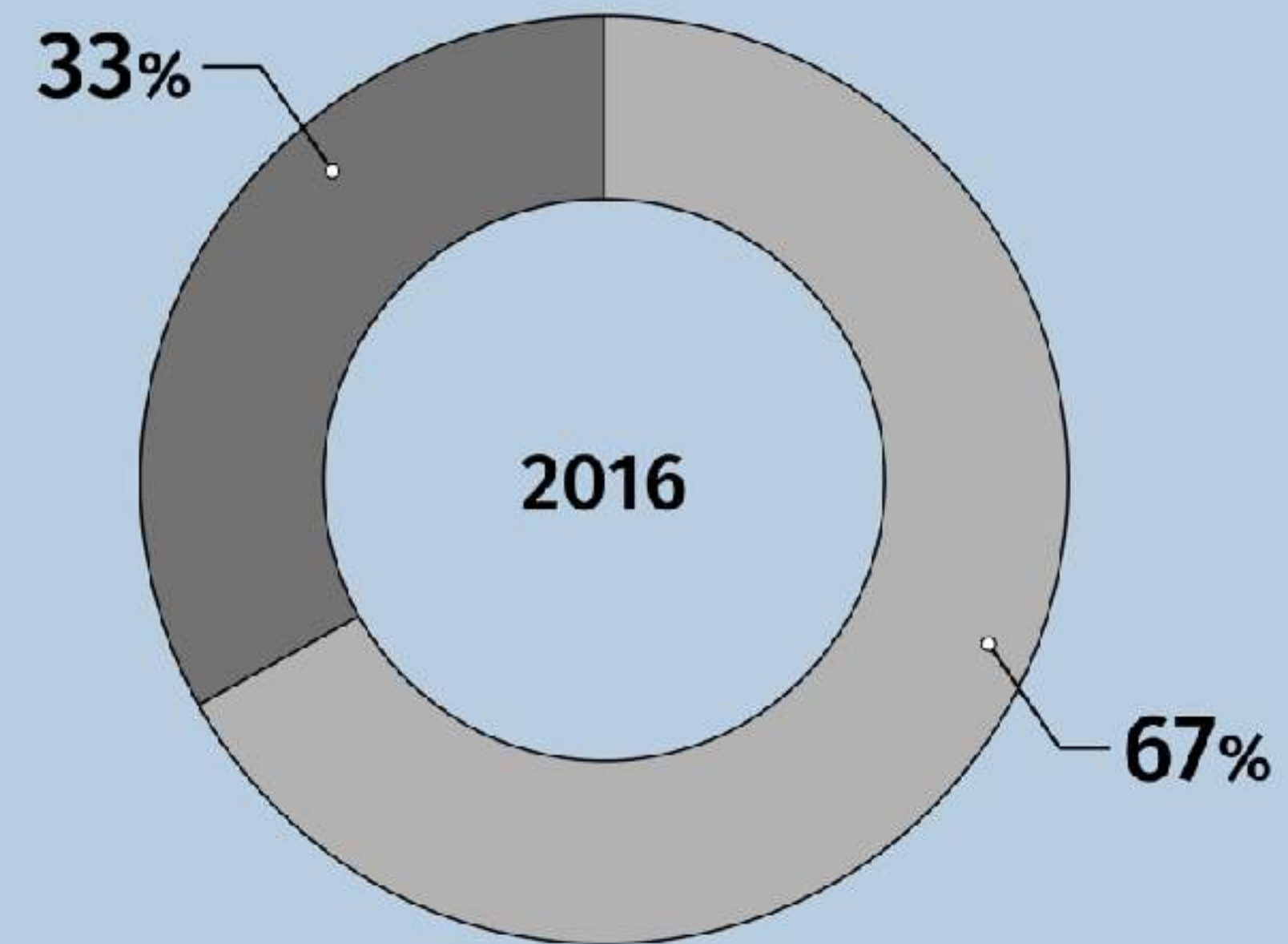
Stand: Oktober 2021

Stream zur Studie: <https://malisastiftung.org/stream/>

Geschlechterverteilung TV 2020: Auf eine Frau kommen nach wie vor zwei Männer

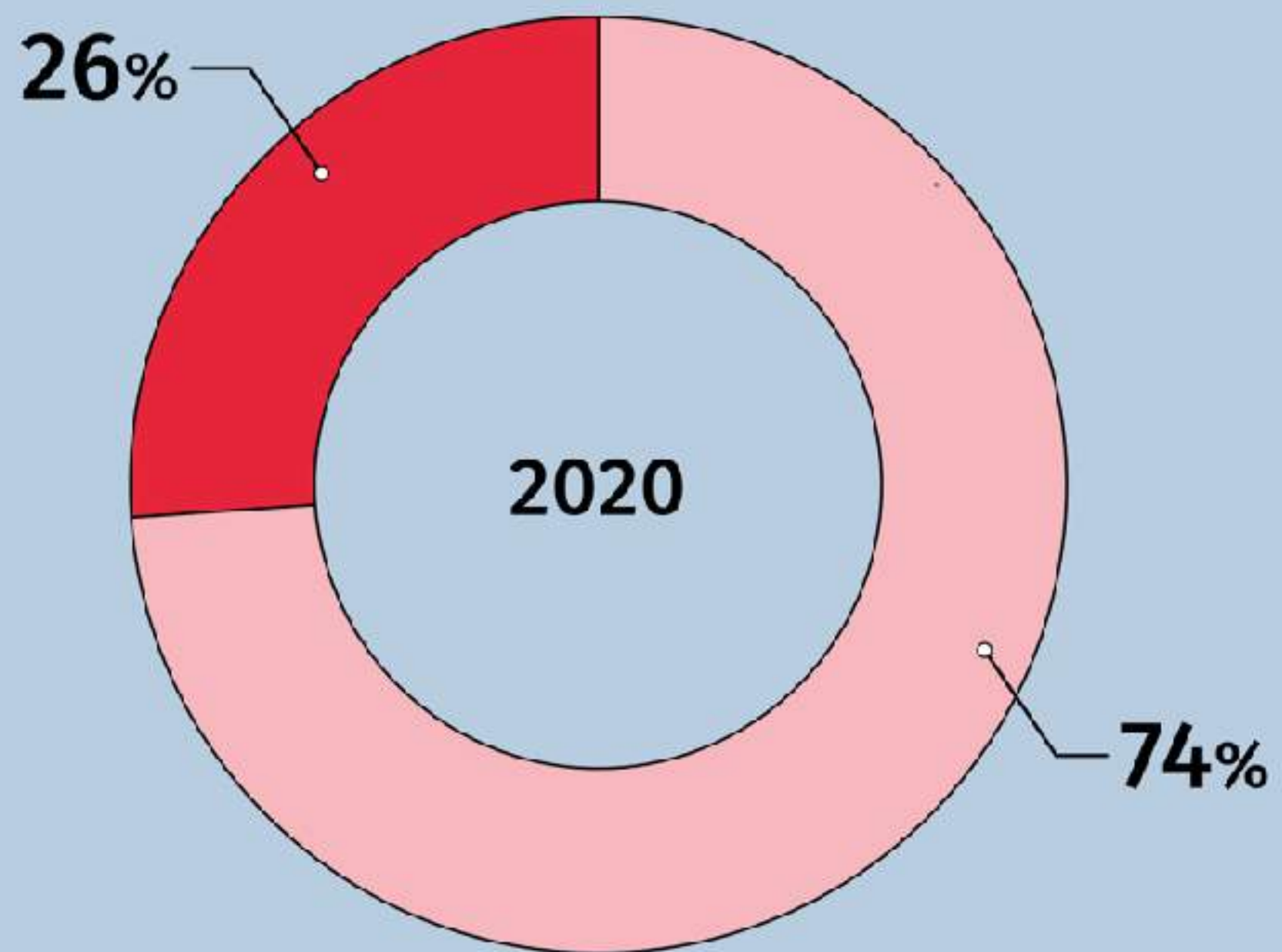


● FRAUEN ● MÄNNER

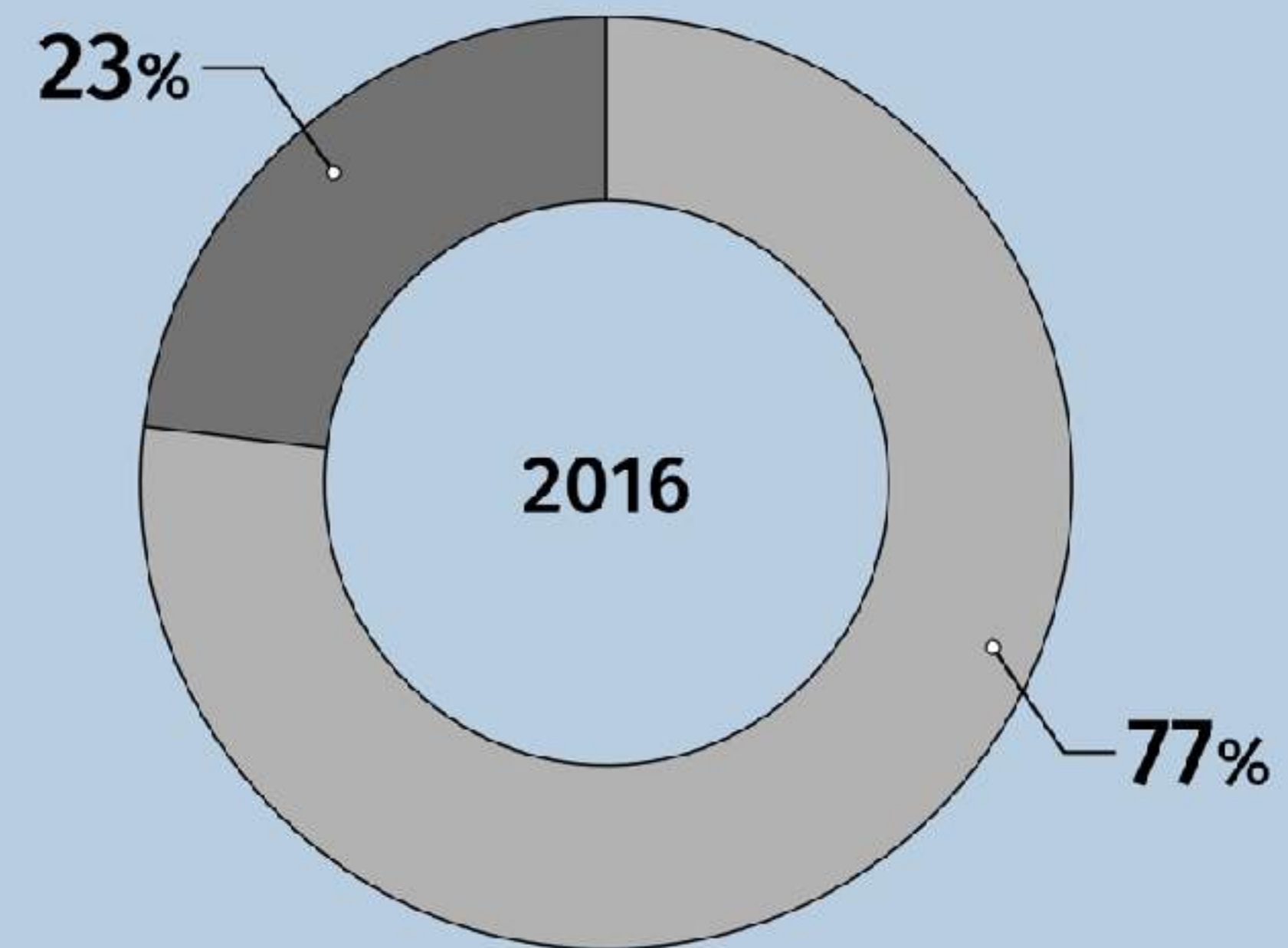


● FRAUEN ● MÄNNER

TV-Informationsformate 2020: Männer erklären nicht mehr allein die Welt, kommen aber immer noch am häufigsten als Experten vor

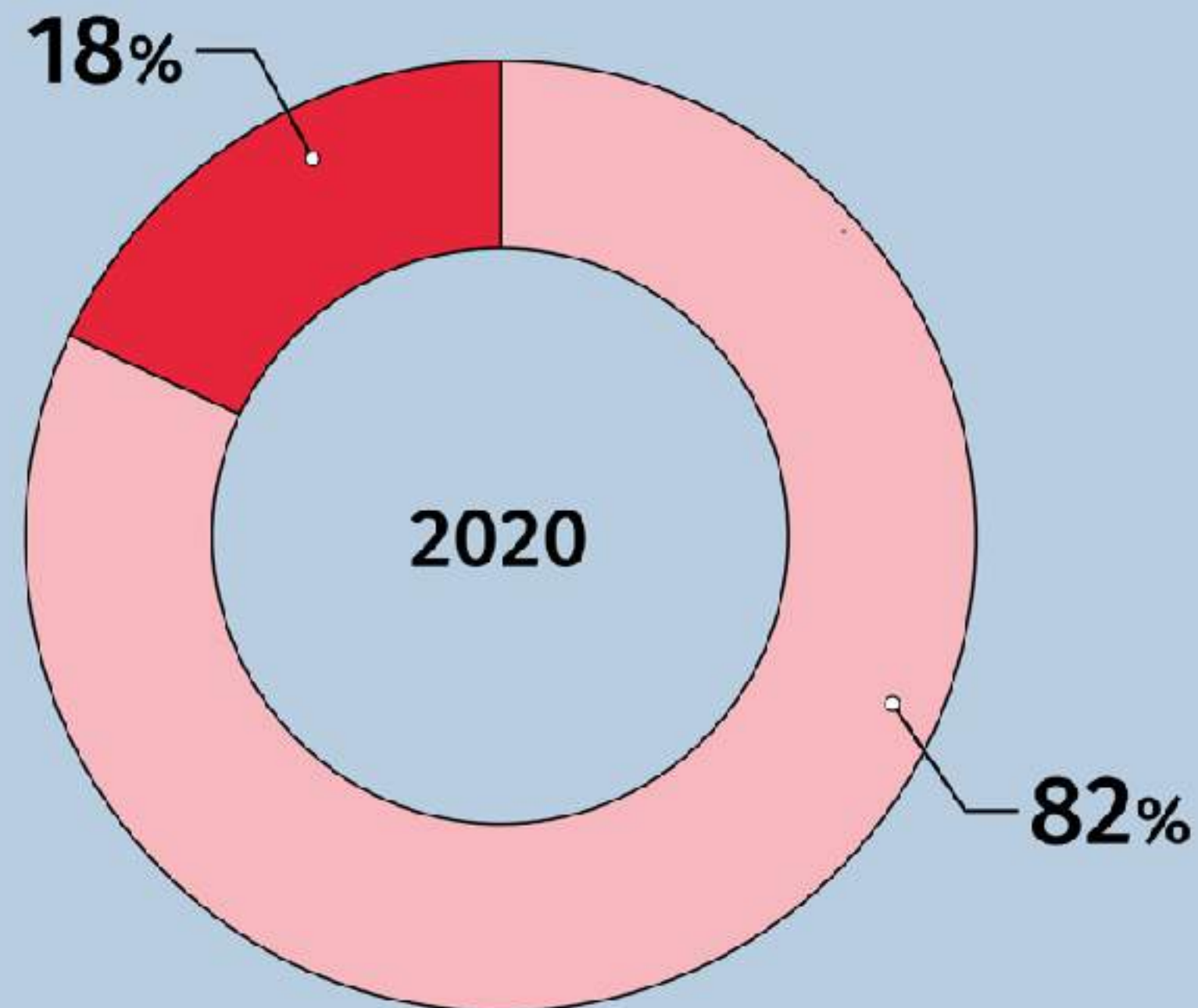


● FRAUEN ● MÄNNER

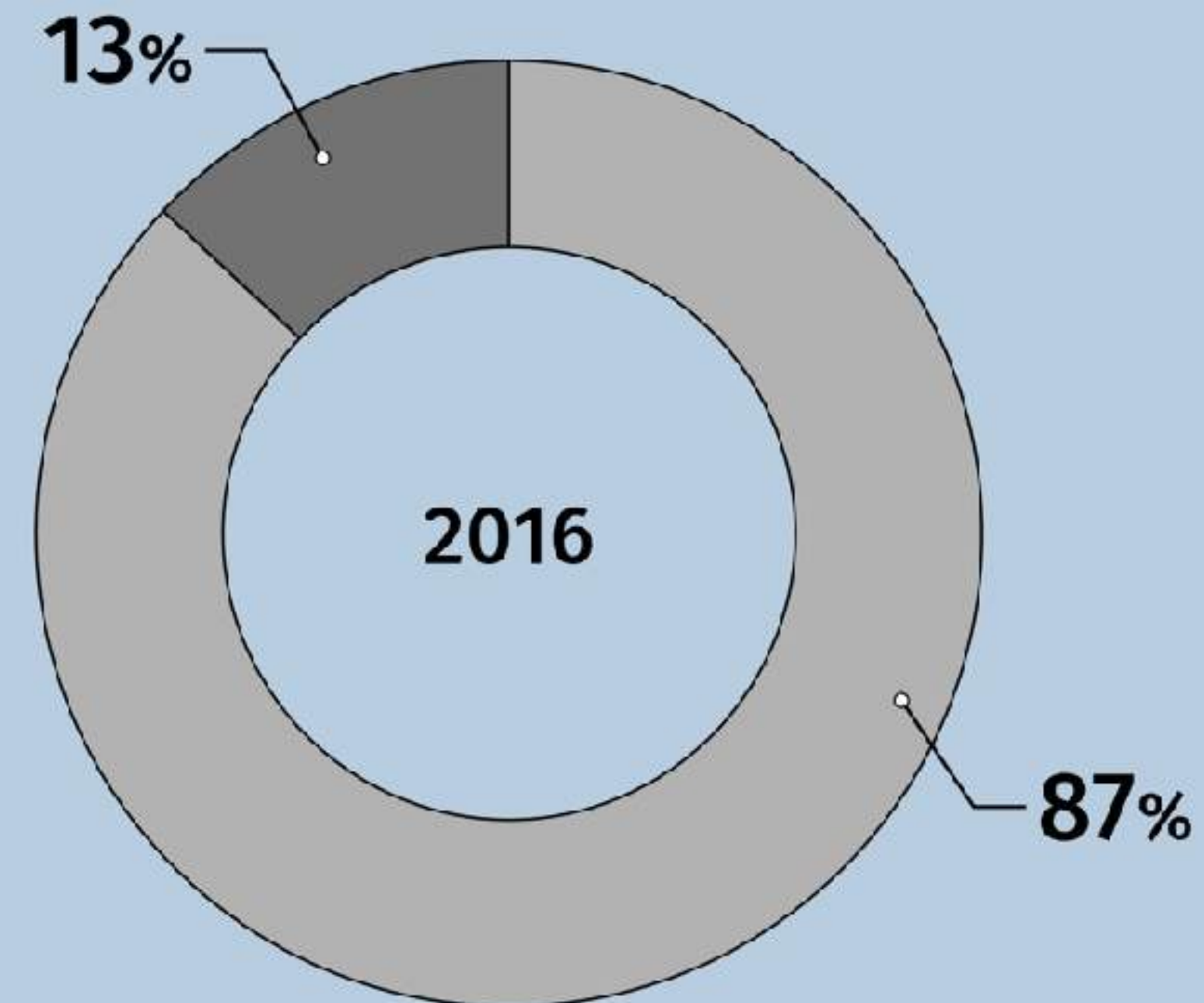


● FRAUEN ● MÄNNER

Kinderfernsehen 2020: Weibliche Tierfiguren sind nach wie vor deutlich unterrepräsentiert



● WEIBLICH ● MÄNNLICH



● WEIBLICH ● MÄNNLICH

(16 Männer, 7 bzw. 8 Frauen)

Abbildungen ModeratorInnen KIKA von ARD und ZDF / WDR entfernt

Erfinden Männer anderes Kinderfernsehen als Frauen? Maya Götz

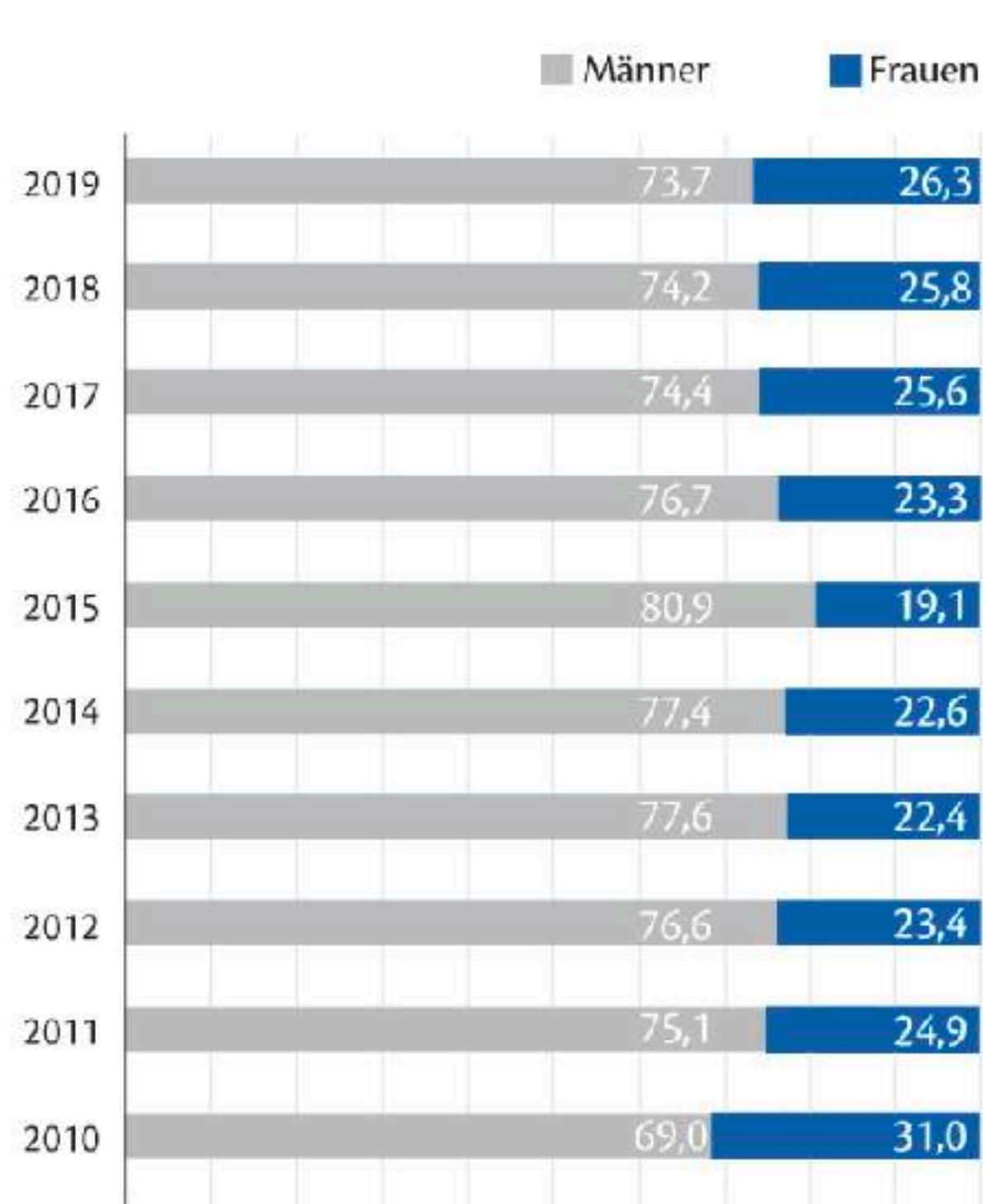


Abb. 1: Wer schreibt Kinderfernsehen?
Headautor*innen 2010-2019³

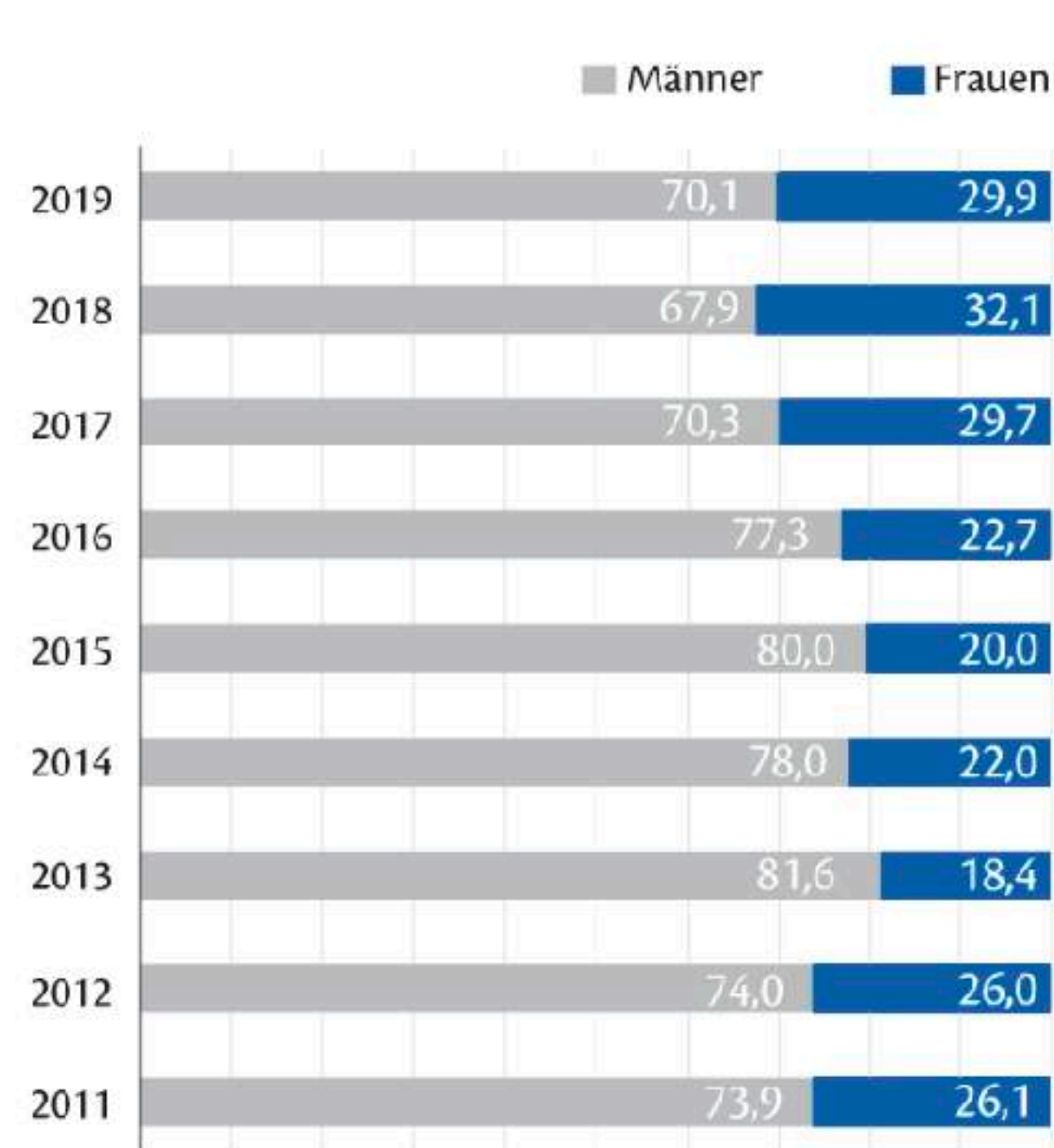


Abb. 2: Wer produziert Kinderfernsehen?
Produzent*innen 2011-2019⁴



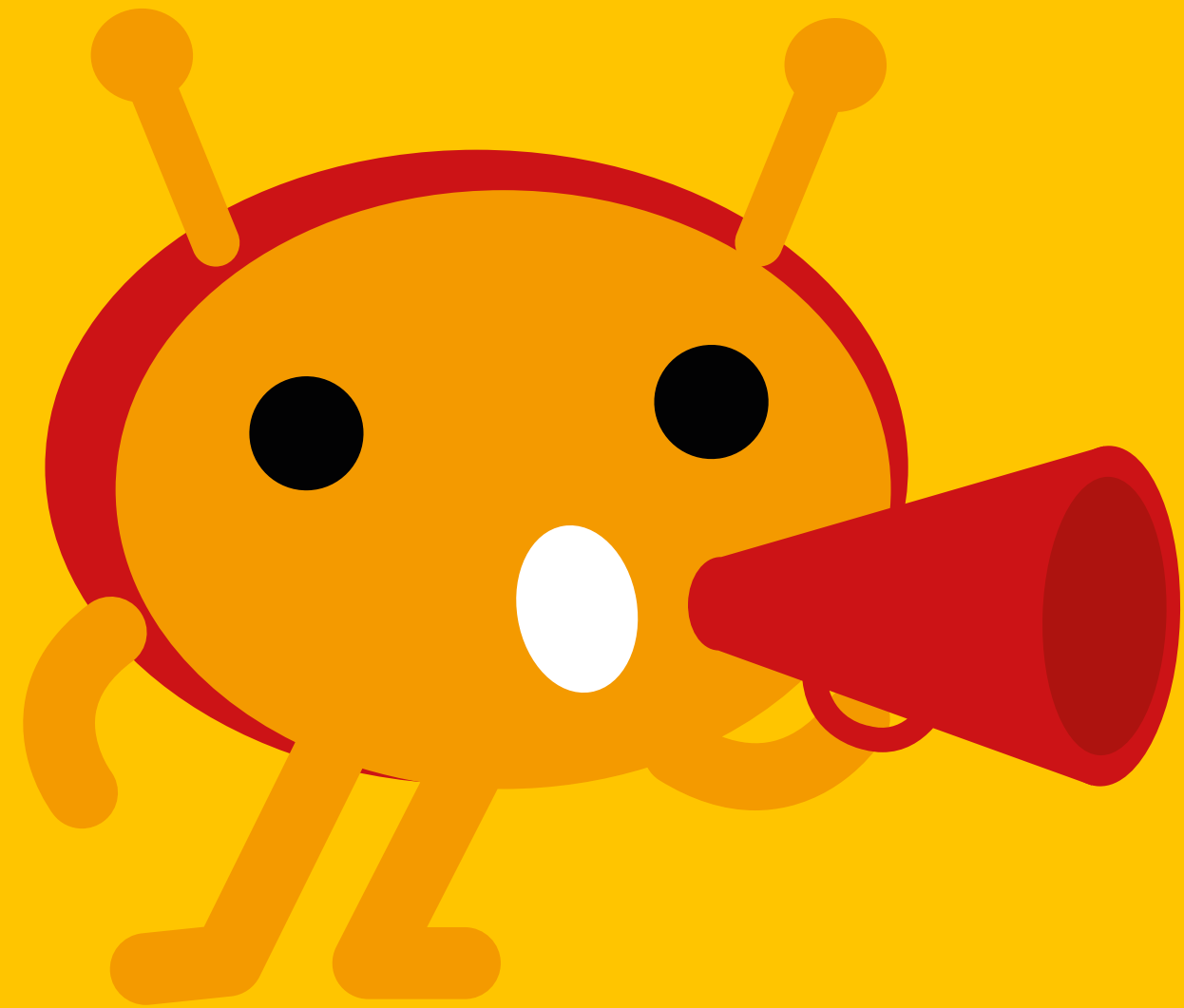
Abb. 3: Wer führt Regie im Kinderfernsehen?
Regisseur*innen 2010-2019⁵

Fazit: Wird auf Stoffe zurückgegriffen, die von Frauen erfunden wurden, oder werden Frauen mit der Entwicklung eines Stoffes beauftragt, verändert sich etwas in Richtung Geschlechtergerechtigkeit und real existierender Diversität.

Die Macher/innen sollen bitte Medienangebote schaffen...

- ... die die Lebenswelt von Jungen und Mädchen aufgreifen, erweitern und somit ernst nehmen. Dies nicht (nur) auf Grundlage von Geschlecht sondern von Interessen, Fähigkeiten, Fertigkeiten.
- ... die differenzierte Darstellung von Chancen und Möglichkeiten der Geschlechter, Welten, Entwicklung und Verhaltensmuster aufzeigen.
- ...die für das Erkennen von Benachteiligung sensibel machen.
- ... die den Handlungsspielraum kultureller, traditioneller oder einengender Vorstellungen aufweichen und erweitern.
- ... in denen sich Menschen (auch) kritisch und reflektiert mit ihrer eigenen Geschlechterrolle auseinandersetzen.

KINDERBÜCHER GREIFEN THEMEN VIELFÄLTIG AUF ... IM BESTEN FALL ...



Kerstin Brichzin schreibt Kinderromane und Bilderbuchtexte: Mit der einfach erzählten Geschichte „**Der Junge im Rock**“ wirbt sie für Toleranz und Vielfalt.

Abbildung aus „Der Junge im Rock“ (K. Brichzin / I. Kuprin, Michael Neugebauer Edition, 2018)

entfernt

KINDERBÜCHER GREIFEN THEMEN VIELFÄLTIG AUF ... IM BESTEN FALL ...

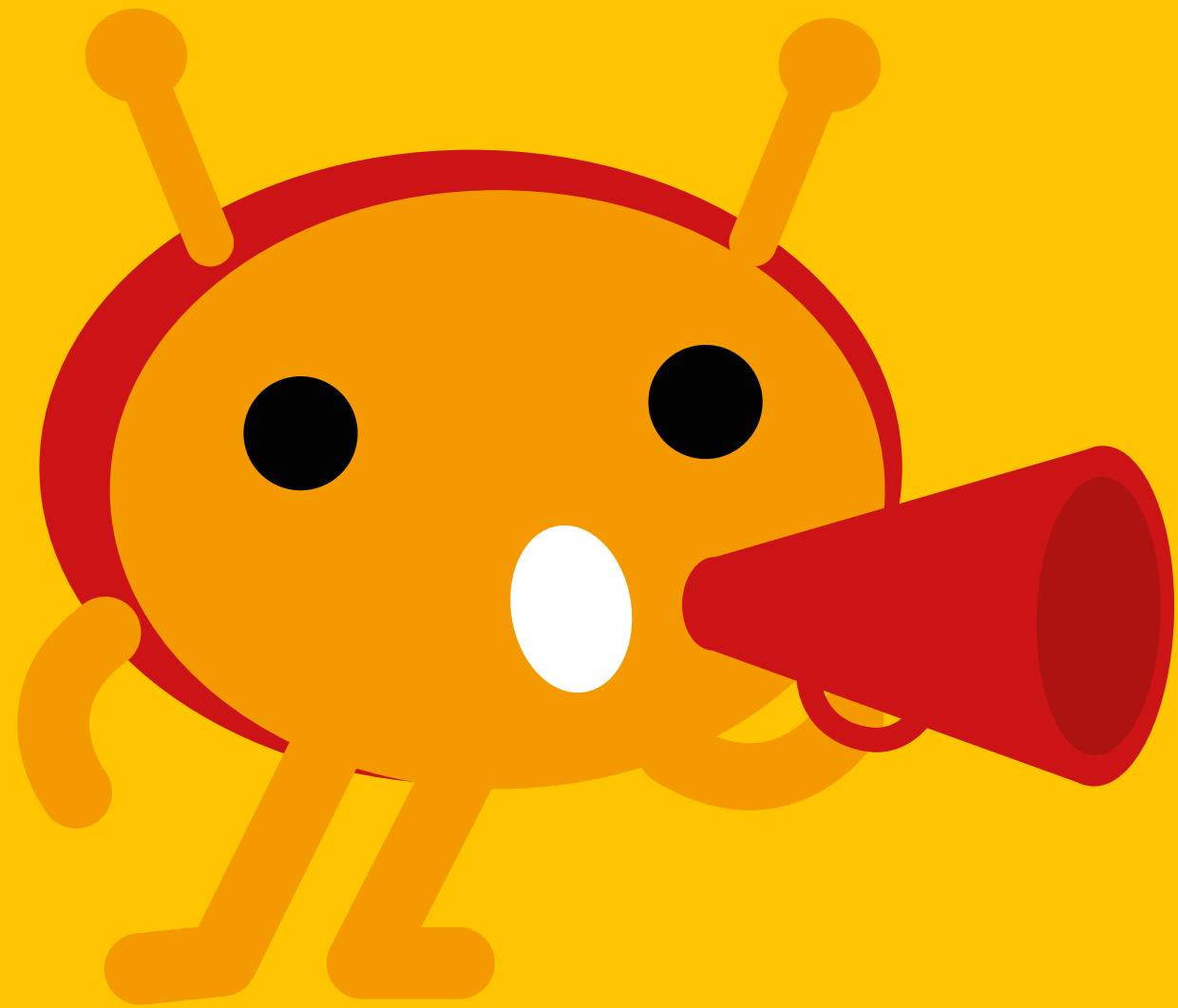


Abbildung Buch entfernt

Alles Familie!

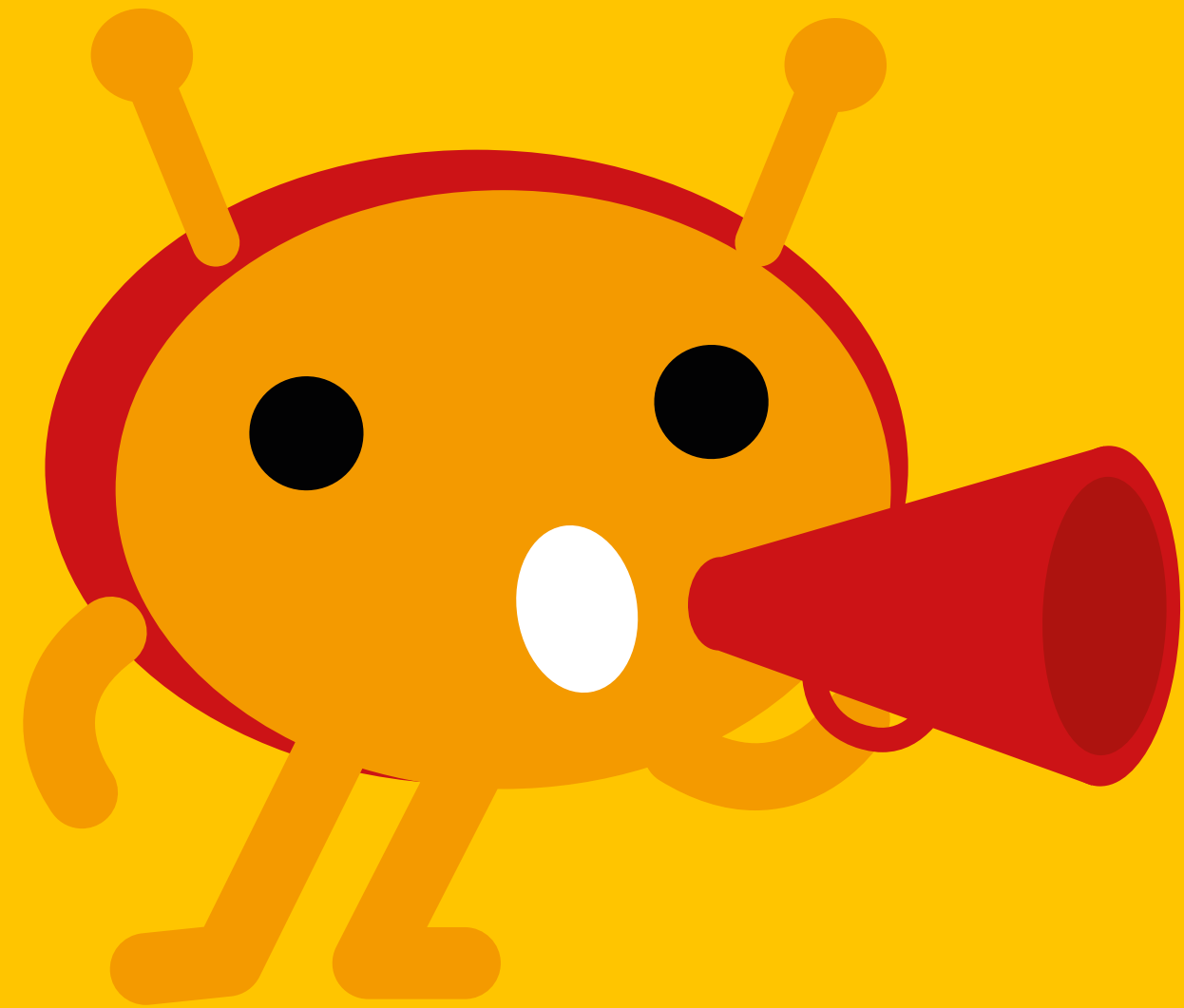
Vom Kind der neuen Freundin vom Bruder von Papas
früherer Frau und anderen Verwandten

Alexandra Maxeiner | Anke Kuhl

... jeder gehört zu einer Familie, und die gibt's nur
ein Mal auf der Welt.



KINDERBÜCHER GREIFEN THEMEN VIELFÄLTIG AUF ... IM BESTEN FALL ...



Eine Bilderbuchgeschichte über
Liebe und Toleranz.

ab 4 Jahren

Abbildung Buch „König und König“ entfernt ...

https://www.gerstenberg-verlag.de/Kinderbuch/Bilderbuch/Koenig-Koenig.html#tab_longdescription

https://www.gerstenberg-verlag.de/Kinderbuch/Bilderbuch/Koenig-Koenig.html#tab_longdescription

Mitmachen ... Fachgruppe der GMK



The screenshot shows the website for the 'Medien und Geschlechterverhältnisse' working group of the GMK. The page features a navigation menu at the top with options like 'Aktuelles', 'Über die GMK', 'GMK-Veranstaltungen', 'Wettbewerbe', 'Veröffentlichungen', and 'Service & Presse'. The main content area is divided into several sections:

- Textual Content:** Two paragraphs of text discussing gender constructions and their influence on daily life, and another paragraph discussing the consequences of gender-oriented media pedagogy.
- Fachgruppensprecher*in:** A section listing two speakers: Maïke Groen and Denise Gühnmann, both from the Technical University of Cologne, with their respective contact information and a 'Steckbrief' button.
- Veranstaltungen:** A section stating 'Zur Zeit gibt es keine Veranstaltungen.'
- Archiv:** A section listing a past event: '04.10.2019 - 06.10.2019, 19:00 - 13:00, Reinhäuser, Tagung der GMK-Fachgruppe Medien und Geschlechterverhältnisse'.
- Image and Caption:** A photograph of a building with a caption: 'Tagung der GMK-Fachgruppe im Oktober 2019 in der Akademie Waldschlösschen nahe Göttingen'.
- Download Link:** A link to download the 'Tagungsbericht Oktober 2019 als PDF'.

<https://www.gmk-net.de/ueber-die-gmk/lf-fachgruppe/fachgruppe-medien-und-geschlechterverhaeltnisse/>

**Haben Sie noch etwas auf dem Herzen?
Gibt es letzte Fragen...?**



Vielen Dank
und auf
Wiedersehen!

Dipl. Päd. Sabine Eder
www.blickwechsel.org

Blickw@chsel

Verein für Medien- und Kulturpädagogik