

Familien im Medienschwungel – Holen wir sie raus?!

Prof. Dr. Stefan Aufenanger
Universität Mainz

www.aufenanger.de
stefan@aufenanger.de

Die Präsentation steht auf meiner Webseite unter ‚Vorträge‘ zum Download bereit

Medien und Familie



Zielgruppenorientiertes Modell

Zielgruppe	Ausgangssituation	Zielstellung
Sozial/ökonomisch benachteiligte Familien	Überfunktionalisierung des Fernsehens	Erkennen der eigenen Lage /Entfunktionalisierung des Fernsehens
Bildungsmäßig benachteiligte Familien	Unterhaltungsorientierung in der Mediennutzung	Information über positive Aspekte des Fernsehens/ Entfunktionalisierung des Fernsehens
Schwer erreichbare Familien	Überforderung durch Thematik/ Kontaktscheue	Indirekte Ansprache, Wecken von Interesse, problemspezifische Beratung
Familien, deren Kinder medienbezogene Verhaltensauffälligkeiten zeigen	Kinder hinterlassen ‚Mediensuren‘	Problematisierung des kindlichen Verhaltens auf der Grundlage des Familiensystems

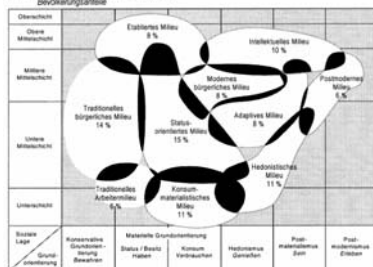
Burkhardt: Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern 2001

Handlungsperspektiven

- Informationen (Beschreibung spezifische Problemsituationen und darauf bezogene verhaltenstheoretische geleitete Lösungsansätze)
- Sozialpädagogische Angebote (Familie in ihren Erziehungsaufgaben stärken; Lern- und Spielstuben)
- Sozial-/medienpädagogisches Handeln (fallorientierte Vorgehensweise mit einen ressourcenorientierten Ansatz)
- Aus-/Fortbildung (medienpädagogische Themen in die Ausbildung von Sozialarbeitern/ Sozialpädagogen bringen)

Milieus statt Schichten

Abb. 1: Die Sinus-Milieus in Deutschland 2000
Bevölkerungsanteile



Quelle: Sinus Sociovision, Heidelberg 2000.

Milieu und TV-Nutzung

© Fernsehdauer nach Sinus-Milieus

in Min. pro Tag, Mo-Sa, 3.00-3.00 Uhr, November 2000

Milieu	[3-13 J.]	[Erw. ab 14 J.]
Established	97	207
Intellektuelles	71	186
Traditionelles bürgerliches	124	247
Statusorientiertes	117	206
Modernes bürgerliches	103	237
Adaptives	99	176
Postmodernes	95	214
Traditionelles Arbeitermilieu	140	260
Konsummaterialistisches	123	271
Hedonistisches	127	230

Basis: Kinder 3-13 Jahre: 106 Minuten; Erwachsene ab 14 Jahre: 218 Minuten.

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; eigene Berechnungen.

Milieu und TV-Präferenzen

① Marktanteile der „Sendung mit der Maus“ nach Sinus-Milieus in ARD/Das Erste in %, November 2000

Milieu	3-13 J.
Etabliertes	36,6
Intellektuelles	55,2
Traditionelles bürgerliches	36,8
Statusorientiertes	34,6
Modernes bürgerliches	23,1
Adaptives	39,8
Postmodernes	27,7
Traditionelles Arbeitermilieu	34,4
Konsummaterialistisches	16,9
Hedonistisches	35,8

Basis: Kinder 3-13 Jahre: 36,1 % Marktanteil, Das Erste, Sonntag, 11.30-12.00, November 2000.

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; eigene Berechnungen.

② Marktanteile von „Pokémon“ nach Sinus-Milieus in %, November 2000

Milieu	3-13 J.
Etabliertes	46,9
Intellektuelles	45,6
Traditionelles bürgerliches	49,4
Statusorientiertes	45,0
Modernes bürgerliches	66,6
Adaptives	47,7
Postmodernes	55,8
Traditionelles Arbeitermilieu	55,9
Konsummaterialistisches	55,7
Hedonistisches	62,3

Basis: Kinder 3-13 Jahre: 50,1 % Marktanteil.

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung; eigene Berechnungen.

Milieutypen und „Mediengefährdung“ (1)

- Hedonisten erlebnisorientierter Lebensstil; Einschränkung des elterlichen Lebensstils durch Bedürfnisse der Kinder; „hedonistischen Pragmatismus“; Delegation von Verantwortung

=> pragmatische Vorschläge für den Umgang mit Kindern; keine moralische Wertung; Eltern als letzte Entscheidungsinstanz respektieren

Milieutypen und „Mediengefährdung“ (2)

- Konsum-Materialisten Fürsorge durch Konsum; Erziehung keine zentrale Aufgabe; lieben ihre Kinder, kennen aber nicht Entwicklungsaspekte

=> konkrete und einfache Handlungsanleitungen; Soziale Erwünschtheit bestimmter Erziehungsnormen betonen;

- Tschöpe-Scheffler (2005): Orientierungswissen statt Verfügungswissen (weniger Rezepte, mehr Entscheidungsfähigkeit)
- Zielgruppenanpassung
- Förderung elterlicher Basiskompetenzen

Elterliche Basiskompetenzen

- Wissen: Wissen über kindliche Entwicklung, über Zusammenhänge zwischen Erziehung und Entwicklung und über mögliche Wirkfaktoren
- Handeln: kompetenter Umgang mit sich und dem eigenen Leben. Verfügen über verschiedene Handlungsoptionen, die flexibel eingesetzt werden können
- Selbsterfahrung und Selbsterziehung: Bewusstheit über eigene Erziehungsmotive, Verständnis für Zusammenhänge zwischen eigener Biographie und Verhältnis zu den eigenen Kindern. Fähigkeit zur eigenen Weiterentwicklung
- Aufbau und Nutzung von Netzwerken: Gegenseitige Unterstützung verschiedener Eltern, aber auch konstruktive Zusammenarbeit zwischen Eltern und professionellen Pädagogen

Zentrale Herausforderungen

- Zielgruppenspezifische Konzepte
- Geschwisterproblematik
- Migration und Medien
- Was sollten sozialpädagogische Familienhelfer können?

Geschwisterproblematik

- Problem: Wie Medienkonsum jüngerer Kinder regulieren, wenn ältere Kinder da sind?
- Handlungsalternativen: Absprachen treffen; Balance von Verboten und Erlaubnis zwischen den Kindern; Alternativen zum Medienkonsum anbieten;

Migrantenfamilien

- Problembereiche: andere kulturelle Praxis der Mediennutzung; andere Erziehungsnormen; unkontrollierter Medienkonsum; kritische Inhalte; divergierende Medienpräferenzen
- Handlungsalternativen: kulturbezogene Ratgeber; Sensibilisierung für kindliche und jugendliche Mediennutzung; Verhaltensvorschläge

Sozialpädagogische Familienhilfe

- Integration von medienpädagogischen Themen in die Aus- und Fortbildungskonzepte
- Sensibilisierung für die Bedeutung und Funktion von Medien in Familien
- Zielgruppenorientierung in der praktischen Arbeit
- Zur Verfügung stellen von medienpädagogischen Materialien

- Medienpädagogische Projekte sollten folgende Aspekte miteinander verbinden:

- Passivität und Aktivität
- Handeln und Denken
- Erleben und Erfahren
- Information und Wissen

Perspektiven

- Entwicklung zielgruppenorientierte Konzepte in Kooperation zwischen sozialpädagogischer Familienhilfe, Medienpädagogik, Eltern-/Familienbildung („Runder Tisch“, Projekte etc.)
- Entwicklung von medienpädagogischen Modulen für die Aus- und Fortbildung von SA/SP



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Stefan Aufenanger
Universität Mainz

www.aufenanger.de
stefan@aufenanger.de

Die Präsentation steht auf meiner Webseite unter „Vorträge“ zum Download bereit