



Landesanstalt für Medien  
Nordrhein-Westfalen (LfM)

**Geschlechterspezifische Medienkompetenzförderung?  
Mediennutzung und Medienkompetenz  
von Jungen und Mädchen**

**Ausschreibungsunterlagen und Projektbeschreibung**

Düsseldorf, 17. Dezember 2004

**Bitte beachten Sie unbedingt auch die Bedingungen für die Über-  
sendung der Projektanträge auf der letzten Seite.**

Nach § 88 Abs. 4 Mediengesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) gehört es zu den Aufgaben der LfM, die Veranstaltung, Verbreitung und Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen und Mediendiensten einschließlich neuer Programmformen und -strukturen regelmäßig wissenschaftlich untersuchen zu lassen. Die Forschungsschwerpunkte orientieren sich dabei am Handlungsbedarf und am Erkenntnisinteresse der LfM.

## **I. Allgemeines**

Die LfM hat durch ein formalisiertes Verfahren sicherzustellen, dass aus der Gesamtheit der eingegangenen Anträge eine sinnvolle Auswahl getroffen wird. Die folgenden Kriterien sollen eine Entscheidungshilfe für eine angemessene Beurteilung der Anträge darstellen.

Anträge bzw. Antragsteller sollen die folgenden Anforderungen erfüllen:

### **1. Unabhängigkeit der forschenden Personen/Institutionen**

Die beantragenden Personen/Institutionen dürfen in den angegebenen Forschungsfeldern keine Eigen- oder Fremdinteressen vertreten, sondern müssen unabhängig sein. Die LfM berücksichtigt ausschließlich solche Anträge, die eindeutig nicht (auch) auf Verwertungsinteressen Dritter gerichtet sind.

Diese Unabhängigkeit kann als gegeben angenommen werden, wenn die Anträge von Hochschulen, unabhängigen Forschungsinstitutionen, gemeinnützigen Vereinen o.ä. Einrichtungen gestellt werden.

### **2. Medienwissenschaftliche Kompetenz**

Antragsteller sollten im Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung ausgewiesen sein und dieses durch ihre wissenschaftlichen Veröffentlichungen belegen können. Vorhandene forschungspraktische Erfahrungen und methodisches Wissen bzgl. der Untersuchungsgegenstände werden als Vor-

aussetzung einer effizienten Forschung angesehen. Hierdurch sollen keineswegs interessante und jenseits traditioneller "Forschungspfade" angelegte innovative Untersuchungen noch nicht etablierter Wissenschaftler (-gemeinschaften) abgewiesen werden.

### 3. Integration bestehender Forschungsergebnisse

Dem Forschungsgegenstand angemessen sollen beantragte Untersuchungen mit innovativen Ansätzen arbeiten. Das schließt jedoch im forschungsökonomischen Interesse nicht aus, bestehende Erkenntnisse und Forschungsergebnisse der Medienforschung zu integrieren bzw. für das Untersuchungsdesign zu verwenden.

Ein Vergabekriterium ist deshalb auch, inwieweit neuere Forschungsergebnisse einbezogen werden. Aus der Gestaltung der beantragten Untersuchung, nicht jedoch aus gesonderten Kapiteln des Antrages zum Stand der Forschung, soll geschlossen werden können, ob der gegenwärtige Stand der Medienforschung in der Projektkonstruktion berücksichtigt wurde.

### 4. Methoden

Die Vergabe hängt davon ab, ob die methodische Konzeption der Untersuchung dem jeweiligen Forschungsgegenstand angemessen ist. Wichtig ist deshalb eine genaue Auflistung der beabsichtigten Methoden. Bevorzugt gefördert werden im Einzelfall Projekte mit einer Kombination quantitativer und qualitativer Methoden.

### 5. Realisierung des geplanten Forschungsprojektes

Erforderlich ist eine genaue Auflistung der berücksichtigten Untersuchungsschritte. Das Verhältnis zwischen Untersuchungsfragen und -aufbau muss in sich schlüssig sein. Generell wird vorausgesetzt, dass die geplanten Untersuchungen auch faktisch realisierbar sind, besonders im Hinblick auf den zeitlichen und den finanziellen Rahmen.

6. Für die Vergabe von Projekten sind auch forschungsökonomische Gesichtspunkte von Bedeutung.

Die LfM erwartet von den Projektnehmern keine Subordination wissenschaftlicher unter wirtschaftliche Kriterien. Forschungsaufwand, -ergebnisse und -etat müssen indessen in einem angemessenen Verhältnis zueinander stehen.

Werden die der Untersuchung zugrundeliegenden Fragestellungen und die methodischen Vorgehensweisen als sinnvoll erachtet, so wird innerhalb dieser vorgegebenen Rahmenbedingungen nach dem Kriterium der Forschungsökonomie ausgewählt werden. Hiermit ist nicht nur die Höhe der beantragten Gelder gemeint. Der Begriff der Forschungsökonomie umfasst vielmehr die Verwendung der Gelder, die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Untersuchungen und den Rückgriff auf eine bereits vorhandene forschungstechnische Ausstattung der Antragsteller (hierzu gehören z.B. Rechneranlagen und Erhebungsgeräte).

## **II. Forschungsfragen**

Lebenswelten und Medienwelten von Kindern sind heute untrennbar miteinander verwoben – und das bereits in jungen Jahren: Wie die ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“ zur Mediennutzung von Klein- und Vorschulkindern herausgefunden hat, spielen die Medien – und hier insbesondere das Fernsehen – bereits bei Zwei- bis Fünfjährigen eine wichtige Rolle. Das Aufwachsen ist von Beginn an durch Medien geprägt und wird von Medien begleitet, wenngleich die Bedeutung bei älteren Kindern noch ansteigt. Wie stark die Mediennutzung neben anderen nicht-medialen Aktivitäten im Alltag der Sechs- bis Dreizehnjährigen verankert ist, verdeutlichen die Ergebnisse der Studie „KIM 2003“ des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest zur kindlichen Mediennutzung. Neben dem Zusammensein mit Freunden und Draußenspielen rangiert Fernsehen auf dem dritten Platz der liebsten Freizeitaktivitäten. Auf Platz fünf folgt die Computernutzung. Neben Familie, Schule und Freunden stellen daher Medien einen wichtigen Sozialisationsfaktor der Heranwachsenden dar. Aufgrund der Bedeutung, die Medien hinsichtlich einer gleichberechtig-

ten Teilhabe an Bildungspotentialen und gesellschaftlichen Prozessen insgesamt haben, ist die Förderung der kindlichen Medienkompetenz, d.h. die Fähigkeit mit Medien kompetent und selbstbestimmt umzugehen, ein bedeutsames gesellschaftliches Ziel.

In verschiedenen Studien zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen, wie beispielsweise der Shell-Jugendstudie, der Kinderwelten-Studie 2003, der Langzeitstudie JIM Jugend, Information, (Multi-) Media oder der bereits erwähnten Langzeitstudie KIM Kinder und Medien – Computer und Internet, wird deutlich, dass Jungen und Mädchen Medien jedoch sehr unterschiedlich nutzen. Laut der KIM-Studie 2003 ist das Lieblingsmedium bei beiden Geschlechtern eindeutig das Fernsehen. Bei Jungen und Mädchen nimmt die TV-Nutzung gleichermaßen einen zentralen Stellenwert im Alltag ein. Anders sieht dies jedoch bei der Beschäftigung mit Computer oder Buch aus. Während die Jungen im Vergleich zu den Mädchen in ihrer Freizeit lieber den PC nutzen, nehmen die Mädchen eher einmal ein Buch zur Hand. Auch wenn Jungen und Mädchen sich darin einig sind, dass das Fernsehen ihr Lieblingsmedium ist, divergieren die inhaltlichen Präferenzen enorm: Während Daily Soaps von den Mädchen wesentlich lieber gesehen werden, liegen die Vorlieben der Jungen bei Sportsendungen und Actionserien und -cartoons. Auch bei der PC-Nutzung und der Auswahl der Bücher bestehen unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte.

Mädchen und Jungen unterscheiden sich jedoch nicht nur in ihren medialen Nutzungsgewohnheiten, sondern auch in ihren Kompetenzen im Umgang mit Medien. Beispielsweise sind bei Mädchen die technischen Kompetenzen eher schwächer ausgebildet, so dass der Zugang zum und die Nutzung des PC im Geschlechtervergleich bei ihnen weniger ausgeprägt ist. Jungen hingegen – und das verdeutlicht insbesondere die PISA-Studie – sind mit Blick auf eine „kritisch-argumentative Auseinandersetzung“ mit Texten weniger lesekompetent als Mädchen. Die Sprach- und Lesefähigkeit sind als zentrale Kulturtechniken jedoch eine Grundvoraussetzung für einen kompetenten Umgang mit Medien. Darüber hinaus sieht der Kriminologe Christian Pfeiffer einen Zusammenhang zwischen dem unterschiedlichen Medienkonsum und den schulischen Leistungen von Jungen und Mädchen. Die zu beobachtenden zunehmenden Leistungsschwächen der Jungen führt er unter anderem darauf zurück, dass die männlichen Heranwachsenden eine stärkere Affinität zu gewalt- und

actionhaltigen Fernseh- und PC-Angeboten aufweisen und unter ihnen mehr Vielseher sind als im Vergleich zu ihren weiblichen Altergenossen.

Diese Ausführungen verdeutlichen im Ansatz die unterschiedlichen medialen Präferenzen, Nutzungsweisen sowie Fähigkeiten und Defizite der Jungen und Mädchen. Allerdings werden in den vorliegenden Studien die verschiedenen Problembereiche nur ausschnittsweise beleuchtet. Eine systematische Darstellung sämtlicher Erkenntnisse über die unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten und Kompetenzen liegt bisher nicht vor. Diese systematische Auswertung vorhandenen Wissens ist jedoch notwendig, will man die Medienkompetenzförderung so ausrichten, dass sie den geschlechterspezifischen Kompetenzdefiziten besser gerecht wird.

Der erste Schritt im Rahmen des Forschungsprojektes ist daher die Erfassung, Auswertung und Systematisierung vorhandenen Wissens über geschlechterspezifische Mediennutzung, Kompetenzen und Defizite von Mädchen und Jungen. Dabei sollen theoretische und empirische Studien berücksichtigt werden, die sich an folgenden thematischen Schwerpunkten orientieren:

- Wie nutzen Jungen und Mädchen sowohl unter qualitativen als auch unter quantitativen Gesichtspunkten welche Medien (z.B. Buch/Zeitung/Zeitschrift, Fernsehen, Computer/Internet, Radio, Handy u.a.)? Welche geschlechterspezifischen Muster existieren hinsichtlich der medialen und inhaltlichen Präferenzen? Worauf lassen sich Unterschiede zwischen den Geschlechtern zurückführen? Welche Bedeutung kommt hierbei den Faktoren Alter und soziale Herkunft zu?
- Ausgehend von den vier zentralen Ebenen medienkompetenten Handelns – Analyse-, Kritik-, Nutzungs-, und Gestaltungsfähigkeit – stellt sich die Frage, welche Kompetenzen im Vergleich zu dem jeweils anderen Geschlecht besonders ausgeprägt sind und welche stärker gefördert werden müssen.
- Welche wechselseitigen Beziehungen lassen sich zwischen der Mediennutzung und Medienkompetenz unter der Berücksichtigung von Genderaspekten feststellen?
- Ggf. Benennung von Forschungsdefiziten in diesem Bereich.

In der medienpädagogischen Praxis werden zwar bereits einige geschlechterspezifische Projekte zur Medienkompetenzförderung durchgeführt. Ähnlich wie bei den bisher vorliegenden wissenschaftlichen Studien, die sich jeweils mit einzelnen Bereichen der geschlechterspezifischen Mediennutzung und Kompetenzdefiziten befassen, erfolgt die Förderung bisher jedoch wenig systematisch. Im Bereich der Mädchenspezifischen Förderung liegt der Schwerpunkt hier vor allem auf dem Computer und der Stärkung ihrer Technikkompetenz. Auf mögliche andere Kompetenzdefizite wird bisher jedoch weniger intensiv eingegangen. Eine adäquate jungenspezifische Förderung sowohl bezogen auf Leseschwächen als auch auf andere Defizite erfolgt bislang kaum.

In einem zweiten Schritt sollen daher die vorhandenen Konzepte zur geschlechterspezifischen Medienkompetenzförderung erfasst, bewertet und umsetzungsbezogen aufbereitet werden. Hierbei sollen folgende Fragen in den Blick genommen werden:

- Welche Konzepte zur koedukativen Förderung von Medienkompetenz gibt es? Welche Strategien zu ihrer Umsetzung werden bereits angewandt und welche Ergebnisse erbrachten ggf. Evaluationen dieser Strategien? Wie unterscheiden sich hier die Strategien der Mädchenspezifischen von der jungenspezifischen Förderung unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten?
- Welche Modelle haben sich als erfolgreich erwiesen und sind daher für Dritte als nachahmenswert zu empfehlen?

Schließlich soll in einem dritten Schritt auf der Basis der Ergebnisse der ersten beiden Arbeitsschritte ein theoretisch fundiertes Modell zu relevanten Bedingungen und Einflussfaktoren geschlechterspezifischer Medienkompetenzförderung erarbeitet werden. Darüber hinaus sind Handlungsoptionen für eine praxisgerechte Umsetzung darzustellen.

Durch die Studie soll aufgezeigt werden, inwieweit die Medienkompetenzförderung unter stärkerer Berücksichtigung der geschlechterspezifischen Fähigkeiten und Kompetenzdefizite der kindlichen Mediennutzer und -nutzerinnen optimiert und bedarfsgerechter ausgerichtet werden kann.

Für das Forschungsprojekt stehen bis zu € 60.000,- (inklusive Mehrwertsteuer) zur Verfügung. Die Projektlaufzeit soll maximal 12 Monate betragen.

Dem Projektantrag muss eine **1-2seitige Zusammenfassung** des Projektkonzeptes, ein Kosten- und Zeitplan beigelegt werden.

**Ende der Ausschreibungsfrist ist Donnerstag, 3. Februar 2005 (Datum des Poststempels).**

**Anträge dürfen nicht per Fax oder per Email eingereicht werden. Anträge müssen unbedingt an die Postfach-Adresse der LfM geschickt werden.**

Für Rückfragen steht Ihnen Antje vom Berg bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Tel.-Nr. 0211/77007-168 oder per E-Mail (avomberg@lfm-nrw.de) zur Verfügung.

Sollte das Projekt Ihr Interesse finden, übersenden Sie Ihre Unterlagen in einem verschlossenen Umschlag an folgende Anschrift:

Landesanstalt für Medien NRW, Bereich Landesweiter Rundfunk/Medienkompetenz,  
**Kennwort: „Geschlechterspezifische Medienkompetenzförderung“**, Postfach 103443, 40025 Düsseldorf.

Bei persönlicher Übergabe können Sie den Projektantrag bei der Landesanstalt für Medien NRW unter der Adresse Zollhof 2, 40221 Düsseldorf, einreichen. Bitte geben Sie unbedingt das Kennwort an!