merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Katrin Echtermeyer, Achim Lauber:"Die Türken sind halt mehr die Macho-Männer"

Beitrag aus Heft »2011/04: Migration und Medien: Vernetzung und Partizipation«

„Einmal, da ging's um Playboy 51, das war ein Türke. Der sieht gut aus. Der redet auch noch so cool und der kriegt jede Frau", erzählt Hakan. Der Elfjährige hat in verschiedenen Talkshows Tanju Calikiran gesehen. Calikiran tingelt als „PlayBoy 51" durch die Infotainmentwelt und brüstet sich vor den Zuschauern mit seinem Erfolg bei Frauen. Das beeindruckt Hakan sehr. Die 13-jährige Saskia dagegen kann solche Typen nicht ernst nehmen: Sie findet es allenfalls „lustig, wie die Türken da so auftreten - ein paar Machos. Und dass die sich meist so ein bisschen aufspielen".

Medienbilder im AlltagWelche Bilder von Ausländerinnen und Ausländern werden Kindern und Jugendlichen durch das Fernsehen vermittelt? Was nehmen sie mit für ihre Sichtweisen bezüglich ausländischer Menschen und deren kultureller Hintergründe? Diesen Fragen geht derzeit eine Studie im Auftrag der Landesmedienanstalten von Schleswig-Holstein, Bremen und Mecklenburg-Vorpommern nach. Die Forschungsgruppe um Bernd Schorb (Lehrstuhl für Medienpädagogik und Weiterbildung, Universität Leipzig) untersucht die Bedeutung des Fernsehens für das Ausländerbild von 9- bis 14-Jährigen.

Die Erhebungsphase ist bereits abgeschlossen: Zum einen wurden vierzig Kinder und Jugendliche zu ihren persönlichen Kontakten zu ausländischen Personen befragt, zu ihrer Beobachtung von Ausländerinnen und Ausländern in der Realität und im Fernsehen und zu ihren Meinungen und Einstellungen in Bezug auf Menschen mit Migrationshintergrund in Deutschland. Zum anderen wurden Fernsehangebote inhaltsanalytisch untersucht, um die tatsächliche Darstellung von ausländischen Personen im Fernsehen zu extrapolieren und mit der Wahrnehmung der Heranwachsenden vergleichen zu können. Konkret betrachtet werden in der Analyse beliebte Genres der Altersgruppe: Daily Talks, Gerichtsshows, Boulevardmagazine und Daily Soaps...

(merz 2002/05, S. 301 - 303)

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de