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

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Paulina Domdey: Nutzung Sozialer Medien für geschlechtsbezogene Aushandlungsprozesse. Unsicherheiten und Orientierungsprobleme junger Frauen

Beitrag aus Heft »2022/02 Sprache in den Medien – Deutungshoheit und Sprachschlachten«

Soziale Medien sind durchzogen von zahlreichen Rollenbildern und Geschlechterinszenierungen, die Norm- und Wertvorstellungen von Weiblichkeit repräsentieren und vermitteln. Diese ziehen junge Frauen als Orientierungsangebote und Vorbilder heran, um sich mit der eigenen Geschlechterrolle auseinanderzusetzen. Auf Basis qualitativer Studienergebnisse geht es im Beitrag um Unsicherheiten junger Frauen, die sich bei der Aneignung medialer Repräsentationen von Weiblichkeit ergeben.

Literatur

Bohnsack, Ralf (2003). Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden. Opladen: Leske + Budrich.

Cohen, Rachel/Newton-John, Toby/Slater, Amy (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. In: Computers in Human Behavior, 79, 68–74. DOI: 10.1016/j.chb.2017.10.027.

Döring, Nicola (2015). Die YouTube-Kultur im Gender-Check. In: merz| medien + erziehung, 59 (1), S. 17–24.

Döring, Nicola (2020). Psychologische Zugänge zu Medien und Geschlecht: Medienpsychologie und Sozialpsychologie. In: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte/Hipfl, Brigitte/Ratković,Viktorija (Hrsg.), Handbuch Medien und Geschlecht. Wiesbaden: Springer VS, S. 1–15. DOI: 10.1007/978-3-658-20712-0_32-1.

Gill, Rosalind (2007). Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. In: European Journal of Cultural Studies, 10 (2), S. 147–166-

Götz, Maya/Rodriguez, Ana Eckhardt (2019). Geschlechterdarstellung in Musikvideos. Televizion Digital, 1, S. 1–8.

Karsay, Kathrin/Knoll, Johannes/Matthes, Jörg (2018). Sexualizing Media Use and Self-Objectification: A MetaAnalysis. In: Psychology of Women Quarterly, 42 (1), S. 9–28. DOI: 10.1177/0361684317743019.

Luca, Renate (2003). Mediensozialisation. Weiblichkeits- und Männlichkeitsentwürfe in der Adoleszenz. In: Luca, Renate (Hrsg.), Medien. Sozialisation. Geschlecht. Fallstudien aus der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis. München: kopaed, S. 39–54.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2021). JIM-Studie 2021. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart. https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf [Zugriff: 27.01.2022]

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

Mikos, Lothar (2010). Mediensozialisation als Irrweg – Zur Integration von medialer und sozialer Kommunikation aus der Sozialisationsperspektive. In: Hoffmann, Dagmar/Mikos, Lothar (Hrsg.), Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 27–46.

Prommer, Elizabeth/ Wegener, Claudia/Linke, Christine (2019). Selbstermächtigung oder Normierung? Weibliche Selbstinszenierung auf YouTube. https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/32_2019_1/Prommer_Wegener-Selbstermaechtigung_oder_Normierung.pdf [Zugriff: 27.01.2022]

Süss, Daniel (2008). Mediensozialisation und Medienkompetenz. In: Batinic, Bernard/Appel, Markus (Hrsg.), Medienpsychologie. Heidelberg: Springer Medizin Verlag, S. 361–378.