

Kinder mögen Medien – Medien mögen Kinder

Basis-Know-How für Eltern, Erzieher und Lehrer

von *Stefan Aufenanger* Medien werfen wegen ihrer Faszinationkraft, Vielfalt und Kommerzialität eine Menge Fragen auf, vor allem immer dann, wenn Kinder als deren Nutzer ins Visier geraten: Aber sind Kinder den Medien wirklich hilflos ausgeliefert? Welche Angebote bevorzugen sie und wie verarbeiten sie ihre Medienerlebnisse. Welche Medienkompetenzen entwickeln Kinder per se, wobei brauchen sie Unterstützung. Ein kleiner Grundbaukasten vermittelt Hintergrundwissen kompakt zu verschiedenen medienpädagogischen Themen.

BASIS-KNOW-HOW | medienconcret





Medienkindheit? Medienkindheit!

Sicher mag es umstritten sein, ob Kinder heute nur noch in einer Medienwelt aufwachsen, denn Eltern und Familien spielen – jedenfalls in den jüngeren Jahren – noch eine bedeutsame Rolle. Aber relativ schnell drängen sich da schon andere dazwischen: die Freunde, die Gleichaltrigen und natürlich die Medien. Und da kommen noch der Sport oder die Musik, die im Leben unserer Kinder auch eine große Rolle spielen. Die Hauptrolle ist also nicht ausschließlich mit Medien besetzt, doch sind sie ein wesentlicher Begleiter durch die Kindheit. Von Anfang an werden Kinder mit Medien konfrontiert: ob es das erste kleine Bilderbuch ist, die Hörkassette, das Fernsehen und das Radio, später dann die Videospiele und der Computer und irgendwann kommt auch noch das Internet hinzu. Aber nicht nur die direkten Medien spielen eine Rolle, auch die Vermarktung rund um die in diesen Medien auftauchenden Geschichten und Figuren gewinnt mit zunehmendem Alter an Bedeutung. Ob es die Zeichentrickfigur auf dem Joghurt ist oder das Pokémon auf der Bettdecke: Die Merchandising-Maschinerie hat die Kleinen schon bald im Griff. Aber sind Kinder wirklich so hilflos den Medien ausgeliefert? Und beeinflussen die Medien wirklich unsere Kinder etwa im Bereich von Werbung, Gewaltdarstellungen oder Weltbildern?



Wie Medien wirken

Zwei Problembereiche liegen diesen Fragen zugrunde: *Wie wirken Medien?* und *Was machen Kinder mit den Medien?* Beide sollen im Folgenden aus medienpädagogischer Sicht kurz diskutiert werden. Zur Frage nach der Wirkung von Medien ist man sich heute sowohl in der Medienforschung als auch in der Medienpädagogik einig: Die Vorstellung einer kausalen, d.h. einseitigen und direkten Wirkung von Medien sieht man nicht mehr als geeignetes Modell an. Vielmehr spielen vielfältige Faktoren auf Seiten der Medien (z.B. die Bedeutung von Musik, realistische oder unrealistische Darstellung, Realfilm oder Zeichentrickfilm) sowie auf Seiten ihrer Nutzer (z.B. sozialer Hintergrund, kognitive Entwicklung, emotionale Situation) eine Rolle. Beide Seiten – die Medien und deren Nutzer – stehen in einem wechselseitigen Verhältnis zueinander. Die Medien bieten ein breites Spektrum von Themen, Charakteren und Geschichten, die die Nutzer jedoch nicht einfach übernehmen, sondern interpretieren.

Orientierung und Projektion

Dies führt auch zur Beantwortung des zweiten Problembereichs: *Kinder nutzen Medien aus unterschiedlichen Gründen.* Medienthemen spielen zum einem in der sozialen Gruppe – den Gleichaltrigen und den Freunden – eine große Rolle. Die Kenntnisse über beliebte Sendungen oder der Besitz von medienbezogenen Sammelkarten können darüber bestimmen, ob man zu einer Gruppe dazu gehören darf oder nicht. Medienthemen werden von Kindern aber auch genutzt, um innere Themen, mit denen sie sich gerade beschäftigen, zu bearbeiten. Sie projizieren ihre Wünsche in Medienfiguren – „*der Wrestler sollte mich mal in die*



Schule begleiten, dann traust sich von den Größeren keiner mehr, mich die Treppe herunter zu schubsen“ – oder sie identifizieren sich mit den Figuren – auch einmal genauso stark sein wie Superman oder zaubern können wie Harry Potter. Kinder gehen also aktiv mit Medien um. D.h. sie suchen sich jene Geschichte und Charaktere heraus, die sie zur Bewältigung ihres Alltags benötigen. Wir sehen Kinder heute in diesem Sinne als aktive Mediennutzer, die sich bewusst oder unbewusst mit dem Medienangebot auseinandersetzen. Diese Auseinandersetzung geschieht aufgrund innerer Themen und Entwicklungsaufgaben. Auf der Suche nach der Frage, wer sie sind – ob Junge oder Mädchen, ob groß oder klein – orientieren sich Kinder unter anderem auch an den in den Medien angebotenen Figuren. Sie identifizieren sich entweder mit ihnen oder projizieren ihre Themen in die Mediengeschichten. Sie übernehmen aber nicht nur einfach die Medien-Themen, sondern interpretieren sie für sich um. In dieser Hinsicht sind Medien für jene Kinder funktional, die in ihrer direkten Umwelt wenige Möglichkeiten zur Identifikation oder zum Ausleben ihrer Phantasien haben.

Die Hits der Kids



Welche Medien sind für heutige Kinder bedeutsam? Ganz klar ist, dass das Fernsehen im Leben der meisten Kinder eine wichtige Rolle spielt. Zwei Drittel aller 6- bis 13-Jährigen schauen täglich fern und von diesen sind es im Durchschnitt 2 Stunden täglich. Jüngere Kinder im Vorschulalter mögen noch Bilderbücher und Hörkassetten. Aber auch hier besteht die Tendenz, dass die elektronischen Medien immer bedeutsamer bei jüngeren Kindern werden. Dies bezieht sich nicht nur auf das beliebte Fernsehen - nach einer neueren amerikanischen Studie haben schon ein Drittel der 2-jährigen einen eigenen Fernsehapparat -, sondern auch auf Videospiele, Computer und in gewissem Rahmen auf das Internet. Die Nutzungszeiten sind jedoch viel geringer als beim Fernsehen und auch den Hörkassetten. Noch -, denn dies kann sich schon in den nächsten Jahren ändern, denn die zuvor genannten Medien werden auch bei den jüngeren Kindern immer beliebter. Und was schauen die Kinder im Fernsehen am Liebsten? Jedenfalls nicht das, was in der Öffentlichkeit gerne diskutiert wird: keine brutalen Zeichentrickfilme oder nur Werbung. Kinder mögen auch das, was bei vielen Erwachsenen beliebt ist: **Wetten, dass ...?**, Familiensendungen, kindgerechte Kinofilme und Sport. Schaut man sich die Liste der beliebtesten Sendungen an, die Kinder sehen, dann tauchen erst auf den hintersten Plätzen japanische Zeichentrickserien oder langweilige Magazinsendungen auf. Immer noch beliebt sind die von Erwachsenen geschätzten und als pädagogisch wertvoll bewerteten Sendungen wie **Sendung mit der Maus**, **Löwenzahn** oder die **Sesamstraße**. Vor allem ältere Kinder mögen aber auch die vielen Informations- und Wissenschaftssendungen, denn da wird ihre Neugierde befriedigt.

Werbekompetenz entwickeln

Und die Werbung? Ist sie nicht außerordentlich beliebt bei Kindern und verführt sie nicht zu unsinnigem Konsum? Kinder mögen Werbung, das stimmt, und sie können oft auch die Werbesprüche auswendig. Dies heißt aber nicht, dass sie in eingeschränktem Umfang und ihrem Altern entsprechend nicht trotzdem werbekompetent wären. Wir gehen in der Medienpädagogik davon aus, dass viele der Kinder im Vorschulalter etwa im Fernsehen Werbung und Programm nicht unterscheiden können. Aber schnell haben sie heraus, dass es bestimmte Merkmale gibt, die ihnen helfen, eine Unterscheidung zu treffen. Dies ist etwa die Lautstärke, die in einem Werbeblock höher erscheint als während des Programms, oder aber die Tatsache, dass Produkte angeboten werden. Aber dies ist mehr ein intuitives Urteil, denn es reicht zur genauen Bestimmung nicht aus. Mit dem Älterwerden kommen andere Kriterien hinzu, wie etwa die Ausblendung des Senderlogos während eines Werbeblocks. Erst wenn Kinder wissen, wie Werbung gemacht wird und welche Absichten sie verfolgt, können wir davon ausgehen, dass sie so etwas wie Werbekompetenz besitzen. Oftmals meint man, dass ältere Kinder diese schon entwickelt haben, wenn sie Absichten der Werbung zu erkennen glauben, diese jedoch nicht auf sich selbst, sondern nur auf andere beziehen. Es wird aber auch für Kinder immer schwieriger, Werbung zu durchschauen, denn sie ändert ständig ihre Präsentationsart. Spotwerbung ist relativ einfach zu erkennen; schwierig wird es jedoch, wenn keine Produkte gezeigt werden, sondern - wie immer häufiger - nur ein bestimmtes Lebensgefühl. Oder in einer Spielsendung die Gewinne von ausgewählten Firmen präsentiert werden, die so für ihre Produkte Werbung machen. Gänzlich undurchschaubar wird es für Kinder im Internet. Sie können kaum Inhalte von Werbebannern unterscheiden und klicken letztere besonders häufig an, da sie diese für interessante Angebote halten. Halten wir also fest: Werbung macht es den Kindern nicht einfach, diese als solche zu erkennen. Vor allem wenn sie mit Inhalten stark vermischt wird oder sich kaum noch direkt auf Produkte bezieht.

Kommerzialisierter Medienalltag



Aber nicht nur die Werbung hat Einfluss auf die Wünsche und das Konsumverhalten der Kinder, sondern auch ihre soziale Umgebung. Dazu gehören die Eltern, vor allem älteren Geschwister, die Freunde sowie die Gleichaltrigen aus der Schule. Vor allem Letztere gewinnen mit zunehmendem Alter an Bedeutung, bestimmen sie doch, welche Themen ‚in‘ sind, was man kennen und haben muss. Sind ältere Geschwister da, sind sie der Orientierungspunkt für die Medienthemen. Sehr häufig ‚vererben‘ sie ihre Spielsachen, Medienfiguren, Sammelkarten und Geräte an die jüngeren Geschwister. Häufig entsteht ein richtiger Zwang in den Kindergruppen, bestimmte Trends mitzumachen. Ob dies die **Pokémon**-Figuren sind, die regelmäßigen Fernsehsendungen zu **Dragonball Z** oder die Sammelkarten zu **Yu-Gi-Oh**. Nicht alle Kinder können sich diesem Druck entziehen, und so geben sie einen großen Teil ihres Taschengeldes dafür aus. Hinzu kommt, dass diese Themen häufig wechseln und man schon bald wieder etwas Anderes besitzen oder kennen muss. Diese Kommerzialisierung von Medienthemen und der kindlichen Lebenswelt ist ein zunehmender Trend, der medienpädagogische Aufmerksamkeit verlangt.



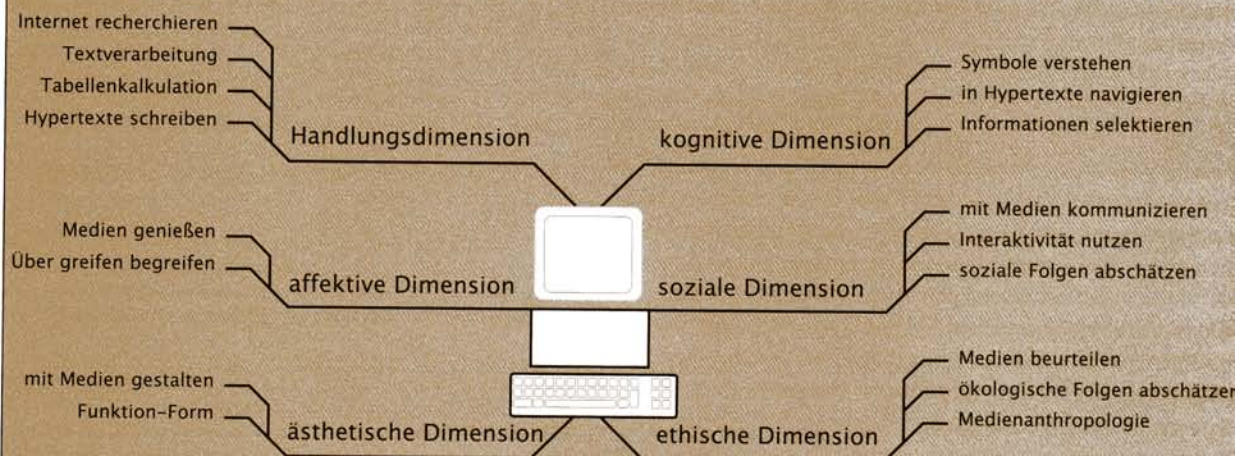
Gewalthaltige Inhalte

Neben der Werbung werden häufig auch die gewalthaltigen Inhalte der Medien als ein medienpädagogisches Problemfeld angesehen. Ob es sich um die vielen Kampfhandlungen bei **Pokémon** oder **Dragonball Z** im Fernsehen oder die Ballerspiele auf dem Computer handelt. Vorschnell wird geurteilt, dass Kinder und Jugendliche dadurch zu aggressiven Verhaltensweisen angeregt würden. Die Forschung ist allerdings nicht eindeutig. Sicher gibt es eine Vielzahl von empirischen Studien, die entsprechende Nachweise vorbringen wollen. Schaut man sich diese Studien jedoch näher an, dann werden entweder Ursache und Wirkung nicht angemessen unterschieden – so können ja auch aggressive Kinder von gewalthaltigen Computerspielen in ihren Verhaltensweisen nicht beeinflusst werden – oder die sozialen und Persönlichkeitsfaktoren werden außer acht gelassen. Wenn wir wirklich eine kausale Wirkung der Gewaltdarstellungen in den Medien unterstellen würden, dann müsste ein großer Teil der Gesellschaft aggressiv sein. Dem ist aber nicht so. Nur wenige Kinder und Jugendliche dürften sich durch Medien zu Gewalttaten anregen lassen und wenn sie dies tun, dann spielen oftmals andere Bedingungen auch noch eine Rolle. Außerdem muss gesehen werden, dass Gewalt ein überwiegend männliches Thema ist und deshalb dieser Aspekt stärker in das Zentrum des Interesses rücken müsste. Die Wirkung von Medien soll mit diesen Hinweisen nicht verharmlost werden. Wir wissen relativ wenig darüber, wie sich längerfristig gewalthaltige Computerspiele auf Kinder und Jugendliche auswirken. Dies muss genau beobachtet werden. Vorerst sollten wir jedoch das Thema „Medien und Gewalt“ nicht dramatisieren.

Mit Medien lernen

Eine für viele Eltern wichtige Frage ist die nach dem Einfluss der Medien auf ihre Kinder. Mit den Themen Werbung und Gewalt haben wir ja schon einige Aspekte angesprochen. Gibt es aber auch positive Effekte? Lernen die Kinder mit den Medien etwas? Schon beim Fernsehen ist diese Frage diskutiert worden. Die entsprechende Forschung konnte zeigen, wie wichtig es bei jüngeren Kindern ist, dass Eltern den kindlichen Fernsehkonsum begleiten, um Erläuterungen zu den Inhalten geben zu können. Auch aus welcher Motivation heraus Kinder fernsehen, scheint für das Lernen wichtig zu sein. Zeigen Kinder kein Interesse an dem Thema oder wollen sich nur durch das Fernsehen von ihrer Langeweile ablenken lassen, dann bleibt nicht viel hängen. Auch die Einbettung der Fernsehinhalte in eine Problemstellung kann positiv wirken, da den Kindern dann deutlich wird, warum sie dieses Wissen brauchen. Neben der gezielten Vermittlung von Wissen durch das Fernsehen wie es bei den allseits beliebten pädagogischen Sendungen zu erkennen ist, lernen Kinder aber auch bei den vielen anderen Sendungen etwas. Aus Nachrichten, Dokumentationen oder Tiersendungen erfahren heutige Kinder etwas über Menschen und Tiere in anderen Ländern, über kulturelle und gesellschaftliche Vielfalt wie keine Kindergeneration zuvor. Das Internet erweitert diesen Blick. Es ermöglicht den Kindern, sich mit Informationen zu beschäftigen, die ihnen sonst so nicht einfach zugänglich waren.

Was ist Medienkompetenz?



Quelle: Stefan Aufenanger, aus dem Vortrag: Matsch oder PC – Medienerziehung früh beginnen

Altersspezifische Entwicklungsstufen

Alter	kognitive Fähigkeiten	sozial-moralische Fähigkeiten	fernsehbezogene Fähigkeiten
3 – 6	Denken ist an den unmittelbaren Augenschein gebunden.	Beziehungen werden nur egozentrisch betrachtet.	Ausschnitte und Personen werden aufgenommen, wenn ein Bezug zum eigenen Ich entdeckt wird
6 – 10	An konkreten Beispielen werden verschiedene Aspekte verbunden und Handlungsfolgen abgeschätzt.	Situationsbezogen wird zunächst die Sichtweise eines direkten Gegenübers nachvollzogen. Allmählich gelingt es, sich Selbst aus der Warte des Gegenübers zu beurteilen.	Inhalte und Personen mit Bezug zur eigenen Lebenswelt werden in größeren Handlungskontexten verortet, zunächst in Episoden, dann in Geschichten. Sendungen werden zunehmend differenziert betrachtet
10 - 13	Abstrakte Zusammenhänge werden begriffen und können verallgemeinert werden	Verschiedene Sichtweisen von mehreren Menschen werden realisiert und können gleichzeitig koordiniert werden. Beziehungen können auch distanziert beobachtet werden.	Rezeption ist gebunden an eigene Interessen, die über die unmittelbare Lebenswelt hinausreichen. Die formalen, dramaturgischen und inhaltlichen Dimensionen des Fernsehverständnisses werden ausgeformt

Quelle: Fred Schell, Helga Theunert, Petra Best: „Kinder sehen fern“. 5 Bausteine zur Fernsehrezeption von Kindern, München 2000

Neue Anforderungen

Die Medien ermöglichen den Kindern eine Erweiterung ihres Wissenshorizonts. Vor allem die neuen Medien verlangen andere Fähigkeiten als die traditionellen Medien. Das Buch verlangt Lese- und Verstehensfähigkeiten, beim Fernsehen kommt das Bildhafte hinzu. Außerdem müssen Kinder beim Fernsehen Handlungszusammenhänge verstehen. Die Benutzung des Computers setzt darüber hinaus nicht nur feinmotorische Fertigkeiten voraus – etwa die Bedienung der Maus oder bei Computerspielen des Joysticks, sondern auch das Verstehen von Symbolen und nicht-linearen Textstrukturen. Die kognitiven Anforderungen sind zu einem angemessenen Umgang mit den neuen Medien sehr viel höher als bei den sogenannten alten Medien. Kinder, die sich intensiv mit diesen Medien beschäftigen, entwickeln auch entsprechende Fähigkeiten. Sie lernen, komplex und vernetzt zu denken.

Unterschiedliche Zugangsweisen

„Kinder sind medienkompetenter als Erwachsene!“ Stimmt das wirklich? Können Kinder besser mit Medien umgehen als ihre Eltern? Sicher gibt es viele Eltern, die ihren Videorekorder durch ihre Kinder programmieren lassen oder deren Computer vom Sohn bzw. Tochter eingerichtet wird. Aber was heißt dies wirklich? Wenn man solche Kinder einmal fragt, wie sie es denn machen, dann stellt sich häufig ziemlich schnell heraus, dass sie relativ wenige Kenntnisse von Medien haben. Was sie haben bzw. nicht haben ist: keine Angst sie zu benutzen. Kinder und auch Jugendliche gehen unvoreingenommener mit Medien um. Ihre Vorgehensweise: Versuch und Irrtum. Nicht lange eine Bedienungsanleitung lesen, sondern es einfach ausprobieren. Meistens klappt es auch. Aber nicht immer! Dann müssen es doch Erwachsene versuchen. Der Unterschied liegt also in den unterschiedlichen Zugangsweisen zu den Medien. Kinder gehen angstfreier und unbedarfter damit um, Erwachsenen sind sich häufig nicht sicher und meinen, sie könnten etwas falsch machen.

Unterstützung und Anregung

Aus der kindlichen Lebenswelt sind Medien nicht mehr wegzudenken. Der häufig unterstellte negative Einfluss von Medien entzaubert sich bei näherer Betrachtung als nicht ganz so stimmig. Sicher haben vor allem jüngere Kinder Schwierigkeiten, mit Medien angemessen umzugehen, sie zu verstehen und nicht von ihnen verführt zu werden. Aber mit zunehmendem Alter werden die Kinder medienkompetenter, wie wir es nennen. Und sie lernen Einiges aus und mit den Medien. Kinder sind von Grund auf neugierig und die Medien befriedigen zu großen Teilen diese Neugierde. Aus diesem Grund sollten wir die Kinder unterstützen, Medien angemessen zu nutzen und die Vorteile zu erkennen. Gleichzeitig müssen wir ihnen aber genau dort helfen, wo sie dies noch nicht selbstständig können. Dies sollte in der Form von Unterstützung und nicht Kontrolle oder Vorenthaltung geschehen. Nur mit den Medien können Kinder den Umgang mit ihnen lernen. Und das wollen wir doch!

