

Elektronische Medien sind kein Teufelswerk

(me). Nahezu jedes zweite Kind, das am Computer sitzt, nutzt ihn, um im Internet gezielt nach Informationen für die Hausaufgaben zu suchen. Resultat: Viele Jugendliche kommen mit modernen Medien besser zurecht als Erwachsene. Trotzdem wird die Nutzung elektronischer Medien immer noch regelmäßig als Ursache jugendlicher Gewalt und schlechter schulischer Leistungen verteufelt.



Foto: Corbis

Elektronische Medien sind längst auch aus dem Alltag von Kindern nicht mehr wegzudenken. Schon in den 1980er-Jahren konstatierte der amerikanische Psychologe Uri Bronfenbrenner: „Die amerikanische Familie besteht aus Eltern, Kindern und einem Fernsehapparat.“ Wertkonservative Wissenschaftler halten dies immer noch für Besorgnis erregend, andere sind hingegen davon überzeugt, dass nur der frühe Kontakt mit Medien garantiert, sich als Erwachsener in der Multimedia-Welt optimal zurechtzufinden. So kam etwa die im August 2002 veröffentlichte „14. Shell Jugendstudie“ zu dem Ergebnis, dass „die Jugendlichen des beginnenden 3. Jahrtausends Technik-Optimisten“ seien. „Sie kommunizieren im ‚globalen Dorf‘ selbstverständlich per E-Mail und SMS.“

Die länderübergreifende Studie „Children and their Changing Media Environments“, für die 15 000 Kinder in elf europäischen Ländern sowie in Israel befragt wurden, ergab, dass für Fernsehen/Video und Radio täglich im Schnitt deutlich mehr als vier Stunden aufgewendet wurden. Mit dem Lesen von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften verbrachten die befragten Kinder dagegen weniger als eine Stunde ihrer Freizeit.

Mobiltelefone

Immer stärker gefragt sind selbst bei Kindern Mobiltelefone: Bereits 7% der 6- bis 9-Jährigen haben ein eigenes Gerät, 42% wünschen sich eines. Bei den 10- bis 12-Jährigen ist bald jede/r Dritte (29%) im Besitz eines Handys und unter

Die meisten Kinder und Jugendlichen verbringen immer noch sehr viel Zeit vor dem Fernseher.

den Jugendlichen lag die Quote 2003 bereits bei 79%, was gegenüber 2001 einer Steigerung von 46% entspricht. Dies geht aus der vom Egmont Ehapa Verlag, der Axel Springer AG und der Bauer Verlagsgruppe veröffentlichten „Kids-VerbraucherAnalyse 2003“ hervor, für die Anfang 2003 insgesamt 2643 Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 19 Jahren sowie deren Eltern befragt wurden.

Internet

Auch das Internet hat bei Kindern und Jugendlichen in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. 71% surfen, so die „KidsVerbraucherAnalyse 2003“, häufig oder ab und zu. Dies sind 37% mehr als im Jahr 2001 (52%). Unter den 14- bis 19-Jährigen lag der Anteil derjenigen, die in den letzten vier Wochen im Internet waren, laut ARD/ZDF-Online-Studie 2003 sogar bei 87%. Bezogen auf alle Deutschen über 14 Jahre wurde lediglich ein Schnitt von 51,5% erreicht. Damit sind die 14- bis 19-Jährigen diejenige Altersgruppe, die das Web am intensivsten nutzt.

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (MpFS) hat mit seiner Untersuchung „KIM 2003 – Kinder und Medien“ herausgefunden, dass ein Drittel der Kinder, die ins Internet gehen, dies allein tut. 39% surfen meist gemeinsam mit den Eltern, 18% mit Freunden. Motiviert wird das Surfen immer häufiger durch die Suche nach Informationen für die Schule (42%), die Suche nach Informa-

tionen zu bestimmten Themen (41%) sowie das Versenden und Empfangen von E-Mails (40%; Mehrfachnennungen möglich).

Die Ausstattung der Kinder- und Jugendzimmer mit PCs wird demzufolge immer besser: Laut „KidsVerbraucherAnalyse 2003“ verfügen 60% der Befragten über einen eigenen PC, 41% über einen Game Boy, 32% über eine Playstation 1, 24% über eine Playstation 2 sowie je 6% über einen Game Cube oder eine X-Box.

Fernsehen und Radio

Das Fernsehen ist bei Kindern und Jugendlichen zwar immer noch die beliebteste Art, sich mit Medien auseinander zu setzen, hat aber laut MpFS in den letzten Jahren an Bedeutung verloren. Erreichte Fernsehen 2002 noch 39% auf der von „KIM 2003“ aufgestellten Beliebtheitskala der Freizeitbeschäftigungen, so waren es 2003 nur noch 34%. Zum Vergleich: Das Spielen oder Arbeiten mit dem Computer kommt nur auf 19%.

TV-Kritiker wie der ehemalige niedersächsische Innenminister Prof. Dr. Christian Pfeiffer halten trotz dieser Entwicklung an der These fest, dass viele Kinder „pro Jahr mehr Zeit vor dem Fernseher als im Schulunterricht“ verbringen und elektronische Medien Gewaltbereitschaft sowie Kriminalität erhöhen. Gefährdet seien vor allem diejenigen, die ein eigenes Gerät haben. Deren TV-Konsum erhöhe sich gegenüber denjenigen, die auf den Familien-Fernseher angewiesen sind, „werktags von zweieinhalb auf etwa dreieinhalb Stunden und an Wochenenden auf vier bis fünf Stunden“. Neuere Studien zur Mediennutzung zeigen jedoch, dass das Fernsehen heute immer häufiger ein Begleitmedium ist, das – wie früher das Radio – im Hintergrund läuft. Selbst diejenigen, bei denen die Flimmerkiste täglich vier Stunden eingeschaltet ist, sitzen also nicht dauernd konzentriert davor.

Zeitungs- und Buchlektüre

Lesen rangiert im Beliebtheitsranking von „KIM 2003“ mit 6% sehr weit hinten. Bücher sind davon ebenso betroffen wie andere Printmedien: Die 14- bis 17-Jährigen greifen deutlich weniger zur Tageszeitung (61%) als die 30- bis 49-Jährigen (82%) oder die über 50-Jährigen (93%), ermittelte das Hamburger Freizeitforschungsinstitut der British American Tobacco in der „B.A.T Medienanalyse 2002“. Beruhigend ist dabei jedoch, dass die Lektüre von Tageszeitungen mit zunehmendem Alter an Attraktivität gewinnt, sodass die Trendforscher davon ausgehen, dass den Verlagen aufgrund der wachsenden Lebenserwartung der Deutschen die Leserschaft nicht wegbrechen wird.

Bei der Buchlektüre zeigt sich, dass immer selektiver gelesen wird. Aus der von der Mainzer Stiftung Lesen publizierten Dokumentation „Leseverhalten in Deutschland im

Service

- Infos über die „KidsVerbraucherAnalyse 2003“ unter www.bauermedia.com
- Infos über „KIM 2003 – Kinder und Medien“ unter www.mpfs.de
- Infos über die „14. Shell Jugendstudie“ unter www.shell-jugendstudie.de

Ansprechpartnerin

Hannelore Ohle-Nieschmidt

Ernst Klett Verlag
 Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 Rotebühlstraße 77, 70178 Stuttgart
 Telefon: 07 11-66 72-16 73, Fax: 07 11-66 72-20 10
 Mail: h.ohle-nieschmidt@klett-mail.de
www.klett.de

neuen Jahrtausend“ geht hervor, dass nahezu jeder dritte Jugendliche bis 19 Jahre zugibt, manchmal die Seiten zu überfliegen und nur das Interessanteste zu lesen. 1992 traf dies nur auf knapp jeden Zehnten zu. Außerdem ist die Zahl derer, die einmal pro Woche zum Buch greifen, von 83% (1992) auf 71% (2000) gesunken.

Mediengesellschaft

Obleich die Deutschen also unbestritten in einer Mediengesellschaft leben, widmen sich die 6- bis 13-Jährigen immer noch am liebsten nichtmedialen Aktivitäten: Auf Platz 1 steht, so „KIM 2003“, das Treffen mit Freunden (46%), gefolgt von Draußen Spielen (43%). Erst auf dem dritten Platz (34%) kann sich ein Medium – das Fernsehen – behaupten.

Widerlegen können aktuelle Studien über die Mediennutzung auch das klassische Vorurteil, wonach Medien einsam machten: 62% der 12- bis 19-Jährigen reden, so die MpFS-Studie „JIM 2002“, mindestens mehrmals pro Woche mit ihren Freunden über das Fernsehen, 39% über Zeitschriften und 37% über Handys. Über das Radio tauschen sich 20% aus, über Bücher nur noch 11%.

Wie wichtig Medienkompetenz ist, also der aktive, selbstbestimmte und kreativ gestaltende Umgang mit allen verfügbaren Medien, hat die Enquete-Kommission des Deutschen Bundestags bereits 1997 in ihrem Bericht „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft; Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft“ festgeschrieben. Und diese Medienkompetenz wird vermittelt: Viele Lehrende legen großen Wert darauf, ihren Schülern einen selektiven Umgang mit modernen Leitmedien beizubringen und nutzen die zahlreichen Angebote zur Medienpädagogik, die u. a. von den Rundfunkanstalten und der Bundeszentrale für politische Bildung angeboten werden. ◀