

„Medien und ihr Bildungsauftrag – Was
können Kinder heutzutage von den Medien
lernen?“

Bachelorarbeit

Zur Erlangung des akademischen Grades des
Bachelor of Arts (B. A.)

Vorgelegt an der Hochschule Merseburg FB Soziale Arbeit.Medien.Kultur
im Studiengang Kultur- und Medienpädagogik
bei Torsten Linke, M. A. (1. Prüfer) und Prof. Dr. Konrad Weller (2.
Prüfer)

Von Cosima Sophia Hofmann
Merseburg, 15.02.2016
Matrikelnummer: 18269
Email-Adresse: amelie.1989@gmx.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Die Medien	5
2.1. Der Medienbegriff	5
2.2. Die Funktionen von Medien	6
2.3. Die Dimensionen von Medienkompetenz	7
2.4. Die Sozialisationswirkung von Massenmedien	9
2.4.1. Der alltägliche Umgang mit Massenmedien	10
2.5. Die Mediensozialisation	11
3. Aktuelle Studien zur Mediennutzung von Kindern	12
3.1. KIM-Studie 2014: Kinder + Medien, Computer + Internet	12
3.2. DIVSI U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt	14
4. Soziale Orientierung durch Fernsehen	22
4.1. Das Fernsehen als Gesprächsanreger in der Familie?	23
4.2. Qualität im Kinderprogramm – Eltern haben eine Monopolstellung	24
4.3. Soziale Ungleichheiten in der Medienkindheit	27
5. Fazit	30
6. Literaturverzeichnis	32
7. Selbstständigkeitserklärung	36

1. Einleitung

Vom Beginn ihres Lebens an sind Kinder von Medien umgeben, sie wachsen heute in vielfältigen Medienumgebungen, ja in „Medienwelten“ auf und gerade in der Familie kommen Kinder „ganz natürlich“ mit einer ganzen Medienpalette in Berührung. Dabei entdecken sie nach und nach die Möglichkeiten einer beinahe grenzenlosen Medienwelt. Schon zu früheren Zeiten waren Kinder, oft von ihrer Neugier und ihrem Verlangen nach neuen visuellen Reizen angetrieben, für ein breites mediales Spektrum zu begeistern. Doch was können Kinder heutzutage von den Medien lernen? Dieser Frage soll die vorliegende Arbeit auf den Grund gehen. Dabei wird das Augenmerk allein auf Kinder gerichtet, deren Kindheit sich in verschiedene Phasen unterteilen lässt. Dies ist etwa in rechtlicher Hinsicht möglich von der Geburt bis zur Vollendung des 14. Lebensjahres bzw. entwicklungstheoretisch bis zum Beginn der Geschlechtsreife und wird gewöhnlich in die Säuglings- (0-2 Jahre), Kleinkind- (2-6 Jahre) und Schulkindzeit (6 bis 14 Jahre) untergliedert (vgl. Böhm 2000, 296).

Der Wissensdurst ist bei den meisten Kindern sicher auch heutzutage nicht zu bremsen, jedoch bedienen sie sich mittlerweile anderen Werkzeugen und scheinen auch so Einiges mehr zu wissen, als etwa noch die Kinder vor 10 Jahren. Sie bewegen sich in der heutigen Zeit beinahe selbstverständlich und autark in der weiten Medienlandschaft. Dabei können sie, oft noch bevor sie lesen und schreiben können, Symbole erkennen, die ihnen beispielsweise den Aufruf von Webangeboten ermöglichen. Medienbildung scheint auch im Alltag ein fest verankerter Bestandteil im Leben eines jungen Menschen zu sein, wobei die Auswirkungen des Medienkonsums von Kindern und Jugendlichen immer wieder öffentlich diskutiert wird. Dennoch weckte die Tatsache, dass es so gut wie unmöglich ist sich dem gegenwärtigen Einfluss der Medien zu entziehen, die Aufmerksamkeit der Medien zu dieser Thematik, die Aktualität und insbesondere die Bildungsmöglichkeiten von Medien mein Interesse für dieses Themengebiet. Die KIM-Studie 2014 vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest und die U9-Studie: „Kinder in der digitalen Welt“ vom Deutschen Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet, sowie die Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung „Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie“ (Charlton/Neumann 1986) lieferten dabei

wichtige Erkenntnisse und Eindrücke zur tatsächlichen Situation in der kindlichen Medienlandschaft.

Es sollte geklärt werden, welche Sozialisationsinstanzen für das Verhalten prägend sind und welche positiven Beispiele aus der Medienlandschaft hervorzuheben sind. Am Ende ist es wichtig zu klären, inwiefern Kinder bildungs- und entwicklungsrelevant von den Medien profitieren können, denn nicht nur die Medienerziehung und die Mediensozialisation bilden das Grundgerüst für eine kindgerechte Medienkompetenz. Auch muss betrachtet werden, wie das mediale Bildungsangebot im Kontext der sozialen Ungleichheiten bei Kindern genutzt wird, d. h. ob die soziale Herkunft bei der Mediensozialisation eine Rolle spielt oder nicht. Generell möchte ich mit dieser Arbeit darstellen, inwiefern Kinder in der heutigen Zeit mit Fernsehen als Leitmedium umgehen und wie ihnen der Personal-Computer als Informationsquelle innerhalb und außerhalb der Schule dient. Die Ausführungen zu dieser Thematik beginnen zunächst mit der Klärung des Medienbegriffs und in diesem Zusammenhang wird auf die verschiedenen Funktionen der Medien eingegangen. Im nächsten Schritt wird die Wirkung von Sozialisationsinstanzen bei der Mediensozialisation von Kindern beleuchtet, welche letztendlich das Grundgerüst vom Medienkonsum darstellen. Im Hauptteil werde ich auf die repräsentativen Studien eingehen, dabei liegt einerseits das Augenmerk auf dem Fernsehen. Die Zentrierung auf das Medium Fernsehen erklärt sich aus der traditionell starken Rolle, die es nach wie vor im Alltag von Kindern einnimmt. In diesem Zusammenhang werde ich unter anderem auf den Fernsehkonsum, auf die Wirkungen der Fernsehnutzung und den Umgang damit in den Familien eingehen. Andererseits wird das Medium Computer ein weiterer Schwerpunkt sein, anhand dessen die Mediennutzung von Kindern weiter ausgeführt wird. Des Weiteren werde ich die Medienkompetenzen und in diesem Zusammenhang die Dimensionen dieser Kompetenzen erörtern. Am Ende möchte ich die positiven Erkenntnisse über die Mediensozialisation von Kindern noch einmal hervorheben und aufzeigen, mit welchen positiven Beispielen nicht nur Eltern oder Pädagogen in Zukunft arbeiten können. Denn je mehr sich das gesellschaftliche Leben mithilfe digitaler Medien und im Internet abspielt, desto relevanter wird eine frühzeitige Ausstattung mit entsprechenden Kompetenzen.

2. Die Medien

Um sich der Beantwortung der Frage dieser Arbeit zu nähern, gilt es zunächst sich den Medien zu widmen. Dabei sollen zunächst Begrifflichkeit und Funktionen der Medien erörtert werden. Anschließend wird der Blick auf die Rezipientenseite gelenkt, indem Dimensionen von Medienkompetenz und die Sozialisation von Massenmedien, insbesondere der tägliche Umgang mit ihnen näher beleuchtet wird.

2.1. Der Medienbegriff

Der Begriff der Medien wird in der Literatur vielfältig und selbstverständlich verwendet, dabei gibt es viele verschiedene Begriffsbestimmungen. Claus Offe definiert den Begriff folgendermaßen:

„Medien gehören zu den Akteuren, die die Gesellschaft gegenüber den Trägern politischer Herrschaft repräsentieren. Sie erzeugen Aufmerksamkeit für politische Probleme, Entwicklungen und Programme, tragen zur Meinungs- und Urteilsbildung bei und erfüllen für Parteien, Verbände und soziale Bewegungen eine Verstärkerfunktion (...)“ (Offe, 2003, 446).

Der überwiegende Teil der deutschen Bevölkerung wird an einem durchschnittlichen Tag von den Medien, insbesondere von den Massenmedien, wie dem Fernsehen oder dem Computer erreicht (vgl. Klinger/Feierabend 2006, 17). Die Massenmedien wurden als Erstes von Soziologen und Sozialpsychologen untersucht, die in ihrer Forschung auf den Druck und den Einfluss, den die Medien ausübten, verwiesen. Weiterhin machten diese Wissenschaftler darauf aufmerksam, dass bestimmte Urteile, Meinungen sowie Verhaltensmuster übernommen werden können (vgl. Böhm 2000, 359). Massenmedien sind demnach „Techniken der Verbreitung und Vervielfältigung von schriftlichen, bildlichen oder verbalen, musikalischen Aussagen (Informationen, Signalen, Symbolen u.a.) für einen großen heterogenen, nicht genau bestimmten Adressatenkreis“ (Hillmann 1994, 530). Anhand der Zitate von Offe und Hillmann kann man erkennen, dass die beiden Autoren inhaltlich mit ihrer Meinung übereinstimmen, denn beide sagen, dass die Medien für die Verbreitung von Informationen, Wissen und Botschaften verantwortlich sind. Hillmann geht in seiner Definition auf die Adressaten ein, während Offe den Schwerpunkt auf Medien im Zusammenhang mit der Politik gesetzt hat. Eine Zusammenfassung des Medienbegriffs geben Dittler und Hoyer: „Medien sind im Wortsinn Vermittler von Informationen, Nachrichten, Werten, Normen und Weltanschauungen“

(Dittler/Hoyer 2006, 8). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass durch die Medien Kinder neues Wissen und neue Erkenntnisse gewinnen können, aber sich auch neue Meinungen bilden. In der heutigen Zeit und Gesellschaft ist der Einfluss der Medien sehr hoch und das ist letztendlich nur einer von vielen Gründen, warum Eltern und Pädagogen bei der Auswahl des Medienangebotes doch genauer hinschauen sollten.

2.2. Die Funktionen von Medien

Die Funktionen der Medien sind sehr vielfältig. Für die meisten Kinder ist der Besitz und die Handhabung bestimmter Medien selbstverständlich, denn sie wachsen mit ihnen auf. Dabei stellen sie für ihre Eltern oft eine Herausforderung dar, denn sie müssen sich nun neue Fähigkeiten und Fertigkeiten mit der Bedienung der neuen technischen Entwicklungen aneignen. Auch können Medien unterschiedliche Bedürfnisse befriedigen und dementsprechend unterschiedliche Funktionen haben, zum Beispiel haben sie soziale Funktionen. Diese beinhalten, dass Kinder sich hierdurch Meinungen herausbilden können, was schon Claus Offe in seiner Definition von Medien dargelegt hat. Desweiteren können bestimmte Medieninhalte Anlässe für Gespräche innerhalb von Peergroups oder Familien sein und dies setzt voraus, dass man gemeinsam mit anderen Zeit verbringt, sich austauscht und miteinander diskutiert. Weiterhin schließt die soziale Funktion von Medien die Möglichkeit der Bildung einer Gruppenidentität mit ein, insbesondere in den Peergroups oder Jugendkulturen. Auch bleibt festzuhalten, dass Kinder sich in den Medienwelten positionieren können (vgl. Vollbrecht 2006, 36). Der Begriff „Medienwelt“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass man auf Medien im Alltag von Kindern trifft und sie ihre Fähigkeiten, wie auch Fertigkeiten nachhaltig beeinflussen (vgl. ebd., 33). Medien besitzen außerdem situative Funktionen, was heißen soll, dass Medien der Unterhaltung, als Zeitfüller und somit dem Vertreiben von Langeweile (Moodmanagement), sowie der Informationsgewinnung dienen. Überdies können Medien die Zeit strukturieren, indem der Alltag an der Hand der Medien ausgerichtet wird. Dementsprechend haben sie eine Habitufunktion. Eine letzte situative Funktion der Medien stellt der Eskapismus dar, welcher die Medien als Möglichkeit zur Flucht vom Alltag oder der Wirklichkeit darstellt (vgl. ebd., 36). Auf der anderen Seite findet man in den Medien seinen Alltag wieder, man setzt sich mit den dargestellten Situationen auseinander und bewertet diese. Laut Vollbrecht haben Medien außerdem auch noch eine „Biographische und Ichbezogene Funktion“. Bei

persönlichen Problemen oder unbekanntem Themen kann man Anreize, Lösungsvorschläge oder andere Methoden zur Problemlösung aus den Medien gewinnen. Als eine weitere wichtige Funktion ist die Identitätsentwicklung zu nennen, die dadurch zu Tage tritt, dass Kinder Idole, Vorbilder, Normen und Werte aus den Medien herausziehen und filtern. Nicht zu vergessen ist die Funktion der Medien als Mittel zur Selbstvergewisserung, Selbst-Reflexivität und Selbstdarstellung. Weiterhin bieten Medien Kindern die Möglichkeit an der Welt der Erwachsenen teilzunehmen, denn Medien können zunächst als neue technologische Entwicklungen und demnach als rein kognitives Wissen betrachtet werden“ (Bickler 2006, 71). Generell sind Kinder in der heutigen Zeit wesentlich unbefangener im Umgang mit Medien als Erwachsene. Man kann sogar davon ausgehen, dass sie zum Teil auch wesentlich kompetenter als ihre Eltern im Umgang und der Handhabung bestimmter Medien sind, was wiederum dazu führt, dass sie mit den Erwachsenen verhandeln können und ihr Mitspracherecht bei der Medienerziehung behalten. Aus einer anderen Perspektive betrachtet, können sich Kinder mit Hilfe der Medien auch stärker von den Eltern abgrenzen, indem sie einen gewissen „Expertenstatus“ übernehmen. Somit schließen sich die Partizipation und die Separation als Teilhabe und Abgrenzung nicht aus. Resümierend ist also festzustellen, dass Medien in der heutigen Zeit eine hohe Funktionsvielfalt innehaben. Über soziale, situative bis zur biografischen Funktion, bieten sie die Möglichkeit der Teilhabe an der Welt der Erwachsenen und belassen dem Kind dabei jedoch die Möglichkeit der Separation.

2.3. Die Dimensionen von Medienkompetenz

Die Medienkompetenz erstreckt sich über verschiedene Dimensionen, unter anderem das Medialitätsbewusstsein und Medienwissen, welches Kinder erst erlernen müssen. Dabei bestimmt die Art der Dimensionen die Erwartungen und Steuerungen des Rezipienten und stellt die Voraussetzung für die medien-spezifische Verarbeitung dar. Im Rahmen des Medialitätsbewusstseins muss den Mediennutzern bewusst sein, dass die Medien eine konstruierte Welt erschaffen und sie sich nicht in ihrer Lebenswelt bewegen. Das hat zur Folge, dass Kinder die Medien nutzen, zwischen Realität und Medialität unterscheiden können müssen und auch den Unterschied zwischen Fiktion und Realität kennen sollten. Für Norbert Groeben zählt zum Medienwissen, dass man Kenntnisse über politische, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen, über Arbeitsweisen von Medien besitzt, sowie logische Erwartungen in Bezug auf die

Glaubwürdigkeit und Aktualität der Medieninhalte hat (vgl. Groeben 2002, 166-167). Eine weitere Dimension stellen die medienspezifischen Rezeptionsmuster dar, welche vom Bedienen technischer Geräte bis hin zum Einsatz adäquater Verarbeitungsmuster reichen. Dabei werden die technologisch-instrumentellen Fertigkeiten heute immer umfangreicher, was auch daran liegt, dass die Handhabung der Medien generell immer komplexer wird. Eine vierte Dimension der Medienkompetenz setzt Motivation und Freude für die Aufnahme und insbesondere der Aufrechterhaltung der Mediennutzung voraus, denn im Mittelpunkt sollte unter anderem auch der Genuss der Mediennutzung stehen. Groeben benennt auch die medienbezogene Kritikfähigkeit als eine Teil-Dimension, welche eine Art Kernstück der Medienkompetenz darstellen soll. Dies lässt sich sicher damit unterstreichen, dass die Auswahl an Medienangeboten so vielfältig ist, dass die Rezipienten in der Lage sein müssen, zu analysieren, zu vergleichen und letztendlich auch zu bewerten, um sich von der großen Auswahl nicht überwältigen zu lassen (vgl. ebd., 172-173). Die Dimensionen der Selektion und Kombination von Mediennutzung setzen eine bestimmte Auswahl und Verbindung an Angeboten unter Rücksichtnahme von Problemstellungen, Zielsetzungen oder Bedürfnissen voraus. Generell müssen Kinder in der Fülle von Angeboten zunächst in der Lage sein, sich zu orientieren und zwischen den Angeboten zu selektieren. Dies beinhaltet auch die Entscheidungskompetenz der Kinder (vgl. ebd., 175). Dass Kinder auch dazu fähig sein sollten durch die Mediennutzung aktiv teilzunehmen, beschreibt die Dimension der produktiven Partizipationsmuster. Dies kann in Form von Rezensionen, Fernsehdiskussionen, aber auch durch die Internetnutzung und der verbundenen Suche nach Informationen (vgl. ebd., 176-177). Speziell bezüglich des Fernsehens sind die sogenannten Abschlusskommunikationen empirisch nachgewiesen wurden. Die letzte Dimension von Medienkompetenz meint vor allem den Austausch von Medienerfahrungen mit anderen durch die kommunikative Verarbeitung. Durch diese Dimension, die meistens zu Hause, in der Schule oder in den Peergroups stattfindet, können Kinder die Kritik- und Genussfähigkeit entwickeln, indem sie kommunizieren. Des Weiteren können Kinder durch solche Gespräche die Fähigkeit des Bewertens und Beurteilens von Realität und Medialität, von Realität und Fiktion, aber auch der Glaubwürdigkeit entwickeln (vgl. ebd., 178).

2.4. Die Sozialisationswirkung von Massenmedien

Medien können als Hilfsmittel verstanden werden, um Kommunikation herzustellen und Probleme bei der Verständigung zu lösen (K. Hurrelmann 2006, 156). Auch beeinflussen sie die Muster der Wahrnehmung, die Interpretation von kulturellen und sozialen Ereignissen sowie intellektuelle Verarbeitungsstile und Weltbilder. Weiterhin tragen die Medien zur Enkulturation bei, also zum Erwerb von Bedeutungen, Verständigungsmustern und Werthaltungen, die in der Kultur einer Gesellschaft vertreten sind. Sofern es Medien ermöglichen, große Gruppen von Menschen zu erreichen, werden sie daher als Massenmedien bezeichnet, wozu sich in der Regel die Medien Buch, Zeitung, Radio, Fernsehen, Film und Computer zählen dürfen, wobei ihre sozialisatorische Wirkung nicht leicht zu erfassen ist. Generell unterscheiden sich Massenmedien von anderen für die Sozialisation relevanten Organisationen (Betriebe, Religionsgemeinschaften) dadurch, dass sie die Adressaten ihrer Aktivität weder als Mitglieder noch als Klienten, sondern in der Regel nur als anonymes Publikum ansprechen. Dieses Publikum ist nicht in ein organisiertes System einer bindenden und dauerhaften Kooperation einbezogen. Der Organisationszweck der Massenmedien liegt in der Information und Unterhaltung breiter Bevölkerungsgruppen, potenziell aller Mitglieder einer Gesellschaft und nicht nur eines Teils von ihr. Auch hierin unterscheiden sich die Massenmedien von den übrigen organisierten Teilsystemen mit Sozialisationsrelevanz (vgl. Neumann-Braun/Müller-Doohm 2000). Wie wirksam Massenmedien für die Persönlichkeitsentwicklung eines jungen Menschen sind, hängt nur zu einem Teil von den Inhalten und der Dramaturgie der dargebotenen Botschaften ab, denn zu einem weiteren Teil entscheidend sind persönliche Merkmale des Rezipienten und dessen Einbindung ins soziale Umfeld. So ist etwa bei Kindern und Jugendlichen die langfristige Wirkung auf die Persönlichkeitsentwicklung davon abhängig, welche Inhalte des Fernsehens über welchen Zeitraum aufgenommen werden, auf welche Persönlichkeitsstruktur mit welchen Vorinformationen, Einstellungen und Handlungsmustern die Informationen trifft und in welchem sozialen Kontakt die Information aufgenommen wird. Es bleibt zu klären, „ob sie also verarbeitet und bewertet, im Geschwisterkreis oder im Familienkreis diskutiert und nachbereitet wird oder nicht“ (Fromme/Kommer/Mausel 1999).

2.4.1. Der alltägliche Umgang mit Massenmedien

Durch ständige Neuentwicklungen der Informations- und Kommunikationstechnik ist die Bedeutung der Massenmedien im Lebensalltag der Menschen in allen Lebensphasen in den letzten Jahren angestiegen. Dadurch wurde die gesamte soziale und materielle Umwelt stark medialisiert. Man kann festhalten, dass Massenmedien zu einem durchgehenden Bestandteil der sozialen Lebensbedingungen geworden sind und zugleich in allen Lebensphasen und Lebenssituationen als Vermittler der äußeren Realität auftreten. Gleichzeitig haben sie einen Doppelcharakter da sie Bestandteil der äußeren Realität sind und zugleich auch durch ihre mediale Funktion eine Vermittlung von äußerer Realität anbieten. Im Grunde durchdringen die Massenmedien alle anderen sozialen Organisationen einer Gesellschaft (vgl. Rolff/Zimmermann 1990). Dabei werden gesellschaftliche Normen, Werte, Wissensbestände und Verhaltensweisen der jungen Generation in einem hohen Ausmaß über das Medium der elektronischen Massenmedien, wie etwa Computer oder Fernsehen vermittelt (K. Hurrelmann 2006). Im Hinblick auf die vielfältige Nutzung von Geräten wird dabei von Wissenschaftlern von einer „Medienkindheit“ und „Medienjugend“ gesprochen. Dabei erscheint es nicht immer eindeutig, ob die Kinder und Jugendlichen in ihrer jeweiligen Entwicklungsphase in der Lage sind, mit den unterschiedlichen Inhalten der Massenmedien umzugehen. Es stellt sich auch die Frage, inwiefern die noch in ihrer Entwicklung stehenden Kinder und Jugendlichen die notwendige Wahrnehmungskompetenz und Urteilskraft besitzen, um die vielschichtigen Eigenschaften von Informationen durch ständige Medienkonfrontation für sich sinnvoll nutzen zu können (vgl. Vollbrecht 2001, 136). Grundsätzlich lässt sich jedoch herauslesen, dass Kinder die Medien so für sich nutzen, dass sie für ihre weitere Persönlichkeitsentwicklung von Vorteil und nicht von Nachteil sind (vgl. Baacke/Sander/Vollbrecht 1991). Abschließend betrachtet, kann man wohl auf lange Sicht festhalten, dass ein souveräner Umgang mit Inhalten und Formen und eine angemessene Fähigkeit zur Decodierung der formalen Darstellungsformen und der Inhalte sowie der Kompetenz zur sinnvollen und kreativen Integration in den Alltag zur Vermeidung einer bloß medienkonsumierenden Rolle wichtig ist. (vgl. Vollbrecht 2001, 136).

2.5. Die Mediensozialisation

Es gibt einige Definitionen zur Mediensozialisation. Dieter Geulen beschreibt die Mediensozialisation als einen „Prozess, durch den neuen Mitglieder einer Gesellschaft die grundlegenden Elemente ihrer Kultur vermittelt werden“ (Geulen 2003, 144). Seit den 1960er Jahren spielt die Sozialisation eine stetig größere Rolle und wurde in die pädagogische Diskussion eingeführt. Im Laufe der Zeit entstanden viele unterschiedliche Definitionen des Sozialisationsbegriffs, dabei fasst Klaus Hurrelmann mit seiner Definition die Aspekte der Begriffsbestimmungen zum Begriff zusammen: „Sozialisation bezeichnet (...) den Prozess, in dessen Verlauf sich der mit einer biologischen Ausstattung versehene menschliche Organismus zu einer sozial handlungsfähigen Persönlichkeit bildet, die sich über den Lebenslauf hinweg in Auseinandersetzung mit den Lebensbedingungen weiterentwickelt. Sozialisation ist die lebenslange Aneignung und Auseinandersetzung mit den natürlichen Anlagen, insbesondere den körperlichen und psychischen Grundmerkmalen, die für den Menschen die „innere Realität“ bilden, und der sozialen und physikalischen Umwelt, die für den Menschen die „äußere Realität“ bilden.“ (K. Hurrelmann 2002, 15-16). Aufenanger hingegen, klassifiziert die bisherigen Ansätze zur Mediensozialisation in drei Sichtweisen (vgl. Aufenanger 2008): In der ersten Gruppe dominiert die Auffassung, dass die Medien auf den Menschen einwirken. Dabei sind typische Themen hierbei die Wirkung von Gewalt und Werbung, die Wirkung von Medien wird meist nur unter einem negativen Aspekt gesehen. Die Vertreter der zweiten Gruppe stellen die Mediennutzenden in das Zentrum und fragen, was der Mensch mit den Medien macht. Dabei beschreiben sie die Nutzer als medienkompetente Agierende, die das Medienangebot für sich selektieren. In der dritten Gruppe befinden sich Ansätze, welche die Interaktion von Medienangebot und Nutzenden betonen. Dabei soll der gegenseitige Einfluss mit Blick auf dieses Interaktionsgefüge gesehen werden. Die Interaktion von Medienangebot und Nutzer entspricht laut Aufenanger der neuen Sichtweise der Sozialisation. Bezogen auf Hurrelmann beschreibt er die Mediensozialisation als Prozess, „indem sich das entwickelte Subjekt aktiv mit seiner mediengeprägten Umwelt auseinandersetzt, diese interpretiert, sowie aktiv in ihr wirkt und zugleich aber auch von Medien in vielen Persönlichkeitsbereichen beeinflusst wird.“ (ebd., 88). Alles in allem beinhaltet die Sozialisation den Erwerb von bestimmten Verhaltensweisen, Normen und Werten die für das Leben des

Menschen in einer Gesellschaft notwendig sind und von Generation zu Generation weitergegeben werden - als ein lebenslanger Prozess. Somit genießt die Sozialisation speziell in der Kindheit eine besondere Bedeutung, denn Kinder würden ohne sie sicher keine soziale Wesen werden können. Dabei sind soziale und auch sensorische Anregungen genauso von großer Bedeutung wie beispielsweise die Nahrung (vgl. Geulen 2003, 127). Sicherlich gibt es auch viele unterschiedliche Sozialisationsinstanzen, welche alle zur Vergesellschaftung des Individuums beitragen. Natürlich stellt die Familie die primäre Sozialisationsinstanz dar, während die Schule zur sekundären Instanz gezählt wird und hiernach die tertiären Instanzen, die Peergroups, in Konkurrenz zu den ersten beiden Sozialisationsinstanzen treten. Bezogen auf die derzeitige Situation, kann man davon ausgehen dass Kinder in ihrem Familienleben von einer breiten Auswahl an technischen Geräten und Medien umgeben sind. Dabei scheinen gerade die Massenmedien wie Fernsehen und Computer von immenser Bedeutung. Herauszustellen ist dabei, dass auch die Medien als Sozialisationsinstanz für die Herausbildung von Fertig- und Fähigkeiten, Verhaltensmustern und Interessen verantwortlich sind. Des Weiteren gewinnen Medien eine Relevanz für die Sozialisation, indem sie Kinder als Konsumenten berücksichtigen und „in die Handlungssysteme der unmittelbaren persönlichen Interaktion und Kommunikation hinein wirken.“ (B. Hurrelmann 1994, 388). Dem Umgang mit Medien, sowie der Aufnahme und Verarbeitung der unterschiedlichen Medienangebote durch Kinder, muss man Beachtung in der Mediensozialisation schenken. Es bleibt zu konstatieren, dass dies ein wichtiger Bestandteil in Familien sein sollte, denn Medien und vor allem der Mediengebrauch von Kindern ist eine (mit-)prägende Komponente in der Kommunikation und Aktion von Familien (vgl. ebd., 387).

3. Aktuelle Studien zur Mediennutzung von Kindern

Zur Mediennutzung von Kindern bzw. Jugendlichen existieren eine Vielzahl an verschiedenen Studien hinsichtlich deren Mediennutzung. Als besonders repräsentative Exemplare sollen im Folgenden die KIM-Studie 2014 und die DIVSI U9-Studie näher betrachtet werden.

3.1. KIM-Studie 2014: Kinder + Medien, Computer + Internet

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und der Landeszentrale

für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz. Seit 1998 führt der Medienpädagogische Forschungsbund repräsentative Studien (JIM, KIM und FIM) zum Medienverhalten von Kindern, Jugendlichen und Familien durch. Bei der KIM-Studie werden seit 1999 regelmäßig Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren und ihre Mütter zum Stellenwert der Medien in ihrem Alltag befragt.¹ Die KIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt, und schließt nahtlos an die JIM-Studie an. Es bietet sich zu Beginn an, die Ausstattung der Haushalte zu betrachten. In der Einleitung zu dieser Arbeit wurde bereits darauf hingewiesen, dass Kinder schon sehr früh Kontakt zu den Medien haben und dass dieser Kontakt zunächst indirekt ist. Um Medien nutzen zu können, müssen sie auch für die Kinder verfügbar sein, sei es durch Eigenbesitz, durch den Besitz von Medien durch die Eltern oder durch Dritte, etwa Freunde.

Kinder wachsen heute in Haushalten auf, in denen eine Vielzahl an Mediengeräten zur Verfügung steht. In Familien mit 6- bis 13-jährigen Kindern besteht bei Fernseher, Handy/Smartphone, Computer/Laptop und Internetzugang (nahezu) Vollausrüstung. Ein Radio steht in neun von zehn Familien zur Verfügung, während CD-Player, DVD-Player und Digitalkamera in gut acht von zehn Haushalten vorhanden sind. In knapp drei Vierteln der Familien gibt es eine Spielkonsole, wobei stationäre Versionen (55%) etwas häufiger sind als tragbare Varianten (51%). 39% der Haushalte haben ein Tageszeitungs-Abonnement und 11% verfügen über Pay-TV. Die Ausstattung mit Smartphones hat sich seit der letzten Erhebung 2012 drastisch, namentlich um 31% erhöht, während die Ausrüstungsrate bei Tablet-PCs im Vergleich dazu deutlich schwächer um 7% auf 19% angestiegen ist. Jedoch ist die Nutzung eines Tablets nur für eine Minderheit der deutschen Kinder eine Option, vielleicht gerade auch wegen der verbreiteten Diskussionen um die intuitive Bedienung der Oberfläche des Geräts. Betrachtet man nur diejenigen Kinder, die Zuhause einen Tablet-PC zur Verfügung haben, so nutzt die Hälfte das Gerät regelmäßig zum Spielen, gut ein Drittel sieht darauf Fotos oder Videos an oder surft im Internet. Insgesamt nutzen 63% der 6-13-Jährigen zumindest selten das Internet, dieser Anteil hat sich seit der letzten Erhebung der KIM-Studie 2012 nur marginal um einen Prozentpunkt erhöht. Dahingegen gestiegen ist jedoch die Häufigkeit der Nutzung; von denjenigen, die das Internet jeden oder fast jeden Tag nutzen. Dabei handelt es sich mittlerweile um 40%, während es 2012 noch 36% und 2010 noch 26% waren. Während Mädchen und Jungen bei der

¹ Vgl. hierzu <http://www.mpfs.de/index.php?id=462>, Zugriff: 10.02.2016.

täglichen Internet-Nutzung so gut wie keine Unterschiede aufweisen, sind die jüngeren Kinder zu einem deutlich geringeren Anteil vertreten. Hinsichtlich der Zugangsgeräte liegen Computer und Laptop bei Kindern weiterhin mit Abstand an erster Stelle. Neun von zehn Internetnutzern zwischen 6 und 13 Jahren nutzen das Internet regelmäßig über PC und Laptop, ein Drittel der Kinder gehen regelmäßig mit ihrem Handy/Smartphone online. Erst danach folgen mit 11% die Spielekonsolen, während der Zugang über den Tablet-PC nur für eine Minderheit von 5% relevant ist. Dennoch kann man festhalten, dass trotz der wachsenden Bedeutung des Internets das Fernsehen für Kinder zwischen 6 und 13 Jahren das wichtigste Medium bleibt, wenn man den 61% der befragten Kinder Glauben schenkt. Auch bei der täglichen Nutzung scheint das Fernsehen als Spitzenreiter hervorzugehen, denn 79% der Kinder schauen täglich fern, während das Internet nur von jedem Vierten an jedem bzw. zumindest fast jedem Tag genutzt wird. Betrachtet man den Umgang der Familien mit der Medienerziehung intern, findet man einige Unterschiede. So haben laut der Studie 80% der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, mit ihnen Absprachen dazu getroffen, welche Angebote und Seiten sie im Internet besuchen dürfen und auch welche Computer- und Konsolenspiele gespielt werden. Außerdem wurde darüber gesprochen, welche Fernsehsendungen gesehen werden dürfen. Zum Thema Handy und Smartphone wurden hierbei am wenigsten Regeln aufgestellt. So reglementieren zwar drei von fünf Haupterziehern, welche Dinge das Kind mit dem Mobiltelefon machen darf, jedoch zum Beispiel nicht einmal zur Hälfte, wie lange es genutzt werden darf. Wahrscheinlich ist dieses Gebiet für die meisten Eltern noch eine Art Zwickmühle. Denn obwohl sie beklagen, dass ihre Kinder zu viel Zeit mit dem Handy verbringen, bewerten sie es auf der anderen Seite auch positiv, dass sie den Nachwuchs ständig erreichen können (vgl. zu den Ergebnissen der Studie: Rathgeb/Feierabend/Plankenhorn KIM-Studie 2014, 8).

Letztendlich ist zu bemerken, dass Kinder immer selbstverständlicher in einer von Medien geprägten Welt aufwachsen und dass von ihnen deshalb oftmals eine schon früh ausgebildete technische Kompetenz erwartet wird.

3.2. DIVSI U9-Studie: Kinder in der digitalen Welt

Das Deutsche Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) ist eine gemeinnützige Gesellschaft, die von der Deutschen Post AG initiiert wurde und sich zum Ziel gesetzt hat, Sicherheit und Vertrauen bei der Nutzung des Internets

herzustellen. Hierzu führt DIVSI verschiedene Studien, wie die U25- und die U9-Studie zu Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der digitalen Welt durch. Im Hinblick auf den Arbeitstitel soll im Folgenden allein der U9-Studie Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Dabei beschäftigt sich die Studie mit dem Verhalten der nachwachsenden Generation im Hinblick auf das Netz, wobei über die Nutzungsformen hinaus auch die Denk- und Handlungslogiken, sowie der lebensweltliche Hintergrund untersucht werden.² Der Kreis der Befragten betrifft Kindern zwischen 3 und 8 Jahren.

Zu Beginn stellt die Studie grundlegend fest, dass die Medien heute „ein selbstverständlicher Bestandteil der Lebenswelt von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind“ (vgl. hierzu und im Folgenden DIVSI U9-Studie). Des Weiteren zeigt auch diese Studie auf, dass Kinder und Jugendliche bereits früh Zugangsmöglichkeiten zu eigenen Geräten erhalten, da die mediale Ausstattung in vielen Haushalten mehrfach vorhanden ist. Dennoch gibt sie auch zu Bedenken, dass die Ausstattung allein jedoch noch nichts über den Medienumgang der Rezipienten im Allgemeinen aussagt, da über die Analyse des Zugangs nur eingeschränkt Rückschlüsse auf die tatsächliche Nutzung möglich sind. Vorneweg gibt sie schon an, dass eine Vielzahl von Medien eine prägende Wirkung hat und eine wesentliche Einflussgröße für die Identitätsentwicklung und das Selbstkonzept junger Menschen ist. Herausgefunden wurde auch hierbei wieder, dass sich Kinder bereits größtenteils autark in der digitalen Welt bewegen. Kinder, die noch nicht lesen und schreiben können, erkennen entsprechende Symbole, die ihnen den Aufruf von Webangeboten ermöglichen. Laut der DIVSI ist der Zugang zum Internet und die Ausstattung mit Geräten dabei auch weitgehend unabhängig von der finanziellen Situation der Eltern. Auch geht aus ihrer Auswertung hervor, dass Einkommensunterschiede keinen Einfluss darauf haben, ob Kinder Spielekonsolen, Smartphones und Computer bzw. Laptops nutzen. Speziell auf die Altersgruppe von 3-8 Jahren ausgerichtet, wurde als erstes herausgearbeitet, wie und womit Kinder online „gehen“. Dabei stellte sich heraus, dass der Computer (bzw. Laptop) das Gerät ist, mit dem Kinder am häufigsten das Internet nutzen. 58% der Kinder die einen Computer (bzw. Laptop) besitzen, nutzen damit auch das Internet. Ähnlich wie schon in der KIM-Studie beschrieben, lässt sich auch hier erfahren, dass das Tablet mit 53% zwar ebenfalls häufig für den

² Vgl. hierzu <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u25-studie-kinder-jugendliche-und-junge-erwachsene-in-der-digitalen-welt/>. Zugriff: 10.02.2016

Online-Zugang eingesetzt wird, aber nur einen kleineren Teil der Kinder überhaupt einen Tablet-PC verwenden. Mit dem Smartphone gehen die Kinder noch seltener ins Netz, ansonsten nutzen sie bereits vorinstallierte oder von den Eltern heruntergeladene Spiele, die auch offline genutzt werden können. Hervorgehoben wird auch in dieser Studie, dass Kinder heute im Allgemeinen früh in der Lage sind, für sie interessante Internetseiten zu finden und zu öffnen. Hierbei wird angegeben, dass ca. ein Fünftel der 4-Jährigen ohne Lese- und Schreibfähigkeit in der Lage ist, selbstständig eine Internetseite aufzurufen. Dementsprechend steigt die Fähigkeit, eigenständig mit dem Internet umzugehen, mit dem Schuleintritt der Kinder. Laut Studie sind 31% der 5-Jährigen und 71% der 6-Jährigen imstande eigenständig eine Internetseite aufzurufen. Auch Online-Communitys sind Kindern wohl schon recht früh ein Begriff, hierbei sind es 88% der 6-Jährigen und 95% der 8-Jährigen, die bereits wissen, dass man über das Internet mit Freunden „Kontakt“ haben und chatten kann. Gemessen am Interesse für diese Aktivitäten geben in der Studie 49% der 6- bis 8-Jährigen an, „dass sie das sehr gerne tun/haben“. Die qualitative Studie macht hierbei deutlich, dass Kinder eine recht klare Vorstellung von Online-Communitys wie zum Beispiel Facebook und Co. haben. Dies liegt wohl auch daran, dass die Eltern und ältere Geschwister ihnen den Umgang damit im Alltag vorleben. Auch nicht unbedeutend wird hierbei der Einfluss des Kontakthaltens mit weit entfernten Freunden oder Verwandten über die Videotelefonie-Software Skype genannt, denn diese mediale Kommunikation wird von vielen Familien praktiziert und ist auch kleineren Kindern bekannt. Als nächstes beschäftigte sich die Studie damit, wann und wie Kinder das Internet wahrnehmen und nutzen. Dabei zeigten die qualitativen Interviews in den Familien, dass Kinder eine recht konkrete Vorstellung davon haben, welche Aktivitäten im Netz möglich sind. Wahrgenommen wird das Internet von Kindern vor allem über Anwendungen und Plattformen, auf denen sich insbesondere Spiele oder Videos befinden. Dabei vergrößert sich das Spektrum an wahrgenommenen Anwendungsmöglichkeiten zunehmend und deutlich mit zunehmenden Alter des Kindes. Auch das Wissen um die Verfügbarkeit kultureller Güter im Netz ist schon in jungen Jahren recht verbreitet. Aus der Studie geht hervor, dass knapp die Hälfte der 6-Jährigen und ein Drittel der 8-Jährigen sich darüber bewusst sind, dass man im Internet beispielsweise Musik und Filme tauschen kann. Kinder finden sich also weitestgehend zurecht im Onlinebereich. Doch was machen sie explizit im Netz? Mit einem Anteil von 89% bei den 6-8-Jährigen Kindern ist das

Spielen die beliebteste Tätigkeit im Netz. Aus dem umfangreichen Spieleangebot für Kinder erfreuen sich auch Internetseiten von Fernsehsendern, allen voran „Toggo“, welches ein seit 2001 ausgestrahltes Programmfenster von Super RTL für 6- bis 13-Jährige ist und „KiKa“, der Kinderkanal der öffentlich-rechtlichen Medien sehr hoher Beliebtheit. Diese Anbieter von Spielen, sowie anderen Medieninhalten, erreichen die Kinder dabei sowohl über ihr Fernseh- als auch über ihr Onlineangebot. Genauso von Bedeutung ist im digitalen Alltag der 3- bis 8-Jährigen der Besuch von expliziten Spieleseiten wie zum Beispiel dem Portal „Spielaffe“. Jedoch nicht nur das Spielen ist bei den Kindern von Relevanz, denn mit zunehmenden Alter wird auch das Suchen und Recherchieren von Informationen, Bildern und Videos für sie wichtiger. Dabei verdoppelt sich zwischen dem sechsten und dem siebten Lebensjahr der Anteil der Kinder, die Suchmaschinen benutzen. Explizite Spiele- und Unterhaltungsangebote behalten zwar ihre ausgeprägte Relevanz auch für Schulkinder – mit dem Erwerb der Lese- und Schreibfähigkeit erhalten sie aber verstärkt die Möglichkeit, eigene Wege im Netz zu beschreiten, und mithilfe von Suchmaschinen zu interessanten, in der Peergroup „aufgeschnappten“ Inhalten wie Videos, Bildern oder auch bisher nicht bekannten Spielen zu gelangen. Dabei zeigen Kinder eher bildungsnaher Eltern ein breiteres Interessenspektrum bei der Verwendung des Internets als Kinder eher bildungsferner Eltern. Auch äußern die Kinder der formal höher gebildeten Eltern ein größeres Interesse an den verschiedenen Tätigkeiten, als die Kinder der formal niedriger gebildeter Eltern. Laut den Auswertungen der Studie ist auch das Interesse am „Spielespielen“ im Netz bei Kindern bildungsferner Eltern ausgeprägter, außerdem scheinen sie einen stärkeren Spiele-Fokus zu zeigen und deutlich weniger Interesse am Recherchieren von Informationen, beispielsweise für die Schule zu haben. Die Unterschiede werden entlang des elterlichen Bildungsgrades, auch mit Blick auf die am liebsten besuchten Internetseiten von 6- bis 8-Jährigen sichtbar: Der kommerzielle Spieleanbieter „Spielaffe“ wird von 28% der Kinder formal niedriger Gebildeter und von 20% der Kinder formal höher Gebildeter gern oder sehr gern besucht. Auf der anderen Seite sind zum Beispiel die Suchmaschine „fragFiNN.de“³, welche eine Suchmaschine speziell für Kinder ist, die sich damit im Internet frei und dennoch geschützt bewegen können, bei Kindern formal höher gebildeter Eltern deutlich beliebter, nämlich bei 24%, während es bei Kindern formal niedriger

³ Vgl. hierzu <http://www.medienkompetenzwiki.de/index.php/FragFINN>.

gebildeter Eltern nur 14 % sind. Insgesamt betrachtet, besuchen Kinder formal höher gebildeter Eltern eher Internetseiten von öffentlich-rechtlichen oder nicht kommerziellen Anbietern als Kinder formal niedriger gebildeter Eltern. Sprechen wir von der Mediensozialisation und Medienbildung der Kinder, müssen wir auch die Relevanz der Medienerziehung durch die Eltern betrachten. Diese stellen nämlich beim Erlernen des Umgangs mit digitalen Medien die wichtigsten Akteure dar. Die Funktionsweisen der (Medien-)Geräte und des Internets erlernen Kinder hauptsächlich dadurch, dass sie ihre Eltern im digitalen Alltag beobachten oder diese ihnen einzelne Anwendungen erklären. Eine Ausnahme stellt vielleicht das Benutzen der Spielekonsole dar. Hierbei wird die Funktionsweise beispielsweise durch Ausprobieren getestet. Dabei ist die Vermittlung des Umgangs mit digitalen Medien nicht nur Aufgabe der Väter, denn obwohl 55% der Kinder, die sich den Umgang mit dem Internet nicht selbst beigebracht haben, ihn von ihren Vätern erlernten, taten dies immerhin 38% von ihren Müttern. Somit ist eine klassische Erziehungsrolle eher nicht erkennbar. Beim Erlernen des Umgangs mit einem Smartphone zeigt sich beispielsweise wieder ein anderes Bild. Hierbei sind die Mütter aktiver. Insgesamt läuft das Erlernen des Umgangs mit dem Internet weitgehend kontrolliert und begleitet ab. 85% der 3- bis 8-Jährigen, die das Internet nutzen, haben den Umgang erklärt oder gezeigt bekommen. Dabei erfolgt bei den Klein- und Vorschulkindern, die noch nicht über Lese- und Schreibfähigkeit verfügen, in den meisten Fällen ein Aufrufen der von den Kindern gewünschten Inhalte durch einen Elternteil. Auch sind sich Eltern der oft unpassenden Inhalte bzw. nicht kindgerechten Inhalte oder Kaufangeboten bewusst und begleiten ihre Kinder deshalb beim Medieneinstieg. Der Großteil der internetnutzenden Kinder geht dementsprechend nicht alleine, sondern gemeinsam mit Geschwistern, Eltern oder Verwandten online. Wie aktiv Eltern die ersten Schritte beim Erlernen des Umgangs mit den verschiedenen Geräten und dem Internet begleiten, unterscheidet sich stark.

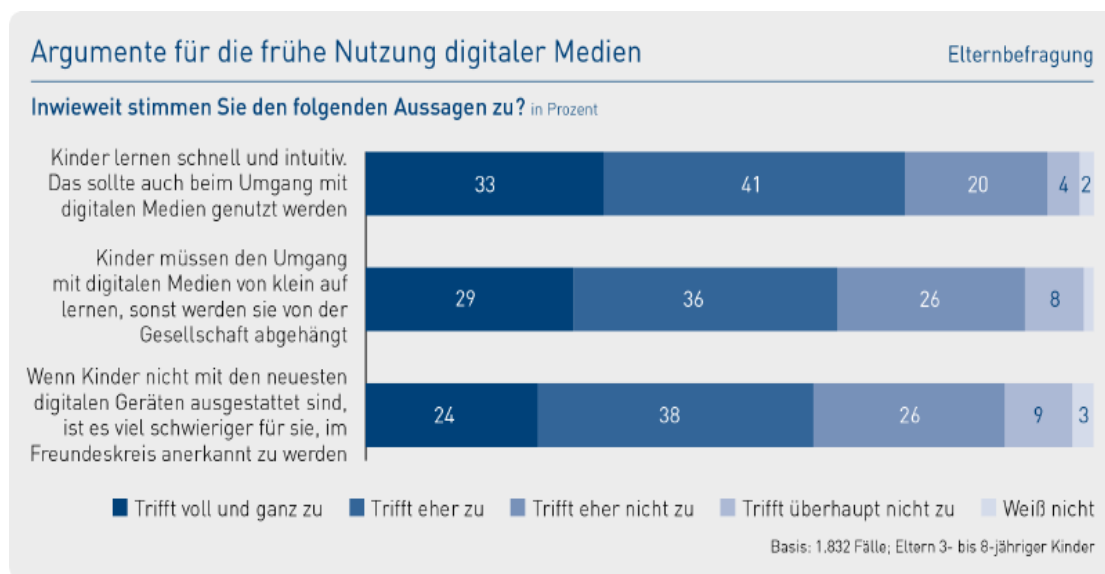
„Die Effizienzorientierten Performer“, d. h. Eltern für welche Leistungsorientierung, Fortschrittsglaube und Flexibilität im Zentrum ihrer Wertewelt stehen, sind beim Erklären und Zeigen am meisten vertreten. Sie sind sehr versierte und aktive Internetnutzer und sehen digitale Medien als Alltagserleichterung sowohl im beruflichen als auch im privaten Kontext. Die verschiedenen Endgeräte sind bei ihnen dabei nicht nur Mittel zum Zweck, sondern lösen auch Begeisterung aus. Ihre Kinder werden von klein auf mit digitalen Medien und dem Internet sozialisiert. Bei den

„unbekümmerten Hedonisten“ hingegen, wird seltener aktiv angeleitet, sodass 35% ihrer Kinder den Umgang mit dem Internet eher durch selbstständiges Ausprobieren erlernen, während es den „Effizienzorientierten Performern“ wichtig ist, ihre Kinder gezielt auf die Anforderungen von Schule, Ausbildung und Beruf vorzubereiten und schon früh die Weichen für privaten und beruflichen Erfolg zu stellen. Dabei zeichnet sich der Erziehungsstil der „unbekümmerten Hedonisten“ hinsichtlich digitaler Medien durch eine gewisse „Laissez-faire“-Haltung aus, die sich auch darin äußert, dass sich die Kinder aus diesem Milieu im Kontext digitaler Medien und Internet häufig selbst sozialisieren.

Nicht nur im familiären Umfeld, sondern natürlich auch in der Schule ist die Medienerziehung fest mit eingebunden, wobei das Spektrum an Computer- und Internetaktivitäten an Grundschulen immer noch recht begrenzt ist. Hierbei haben nur 20% der 6- bis 8-Jährigen Schulkinder regelmäßig Unterricht am Computer oder dürfen einen Computer bei anderen Gelegenheiten wie zum Beispiel in Pausen oder in der Nachmittagsbetreuung nutzen. Am häufigsten suchen oder recherchieren die Schüler dabei Informationen, während eine kreative Nutzung wie das Malen am Computer, musikalische Aktivitäten, Fotobearbeitung oder das Erstellen von Videos und Filmen indes in der Schule kaum stattfindet. Auch die Lehrer spielen als Ansprechpartner in Sachen Internet für 6- bis 8-Jährige eine eher untergeordnete Rolle. Nur 11% der Kinder gaben in der Studie an, dass sie sich bei Fragen zum Internet an diese wenden. Somit bedeutet das begrenzte schulische Angebot an Unterricht mit dem Computer und der nicht alltägliche Umgang mit diesem Medium auch, dass sich für Schüler im Schulalltag selten ein geeigneter Rahmen bietet, um Fragen zum Internet zu stellen. Dies ist insbesondere mit Blick auf Kinder aus Elternhäusern relevant, in denen digitale Medien kaum eine Rolle spielen. Bei Kindern der „internetfernen Verunsicherten“, welche kaum Verständnis für die Existenz digitaler Technologien haben, sind Lehrer beispielsweise bei ca. einem Viertel der Kinder, und damit deutlich häufiger als im Durchschnitt, der Ansprechpartner für Fragen zum Internet. Hierbei sind die Eltern dem Milieu zuzuordnen, welches das Internet häufig als bedrohlich empfindet, sich überfordert fühlt und verunsichert ist, wenn es mit dem Netz in Kontakt kommt. Die Eltern aus diesem Milieu bewegen sich mit ihren Einstellungen bzgl. digitaler Medien zum Teil fernab der anderen Internet-Milieus. Hierbei wird auch die besondere Rolle der Schule deutlich, wenn die Eltern als Ansprechpartner in Sachen Internet nicht

weiterhelfen können. Auch geht aus der Studie hervor, dass sowohl Erzieher als auch Lehrer den Einsatz digitaler Medien bei der Arbeit mit Kindern meistens befürworten. Sie betonen sogar in den mit ihnen geführten Gruppendiskussionen der Studie die Relevanz digitaler Medien für die Zukunft der Kinder. Dabei sehen die Pädagogen sowohl für die eigene Arbeit mit Kindern als auch für die Kinder selbst konkrete Vorteile digitaler Medien, plädieren aber auch für ein ausgewogenes Maß des Umgangs damit. Dabei berichten Erzieher von den Vorteilen mobiler Endgeräte wie Tablets oder auch den privat genutzten Smartphones, wenn es darum geht, Kindern schnell und verständlich Zusammenhänge zu erklären, Bilder zu zeigen oder Fragen zu beantworten. Des Weiteren gaben auch Lehrer an, die einen Computer mit Internetzugang im Klassenzimmer oder Computerraum verwenden, dass sie es als sinnvoll ansehen, mit den Kindern gemeinsam Rechenaufgaben über das Internet zu erledigen und ihnen sowohl die „positiven Seiten“ wie auch die Herausforderungen einer „richtigen Recherche“ nahezubringen. Dabei gehen sie auch auf die Problemlage der, aus ihrer Sicht, zum Teil zu intensiv und zu häufig stattfindende Spiele am Computer oder Smartphone oder an anderen Geräten im häuslichen und familiären Umfeld ein. Dementsprechend sehen sie es auch als ihre Aufgabe, dem „entgegenzusteuern“ und andere Dinge abseits digitaler Medien in den Fokus zu rücken, denn das Interesse an „normalen“ Tätigkeiten wie Sport zu treiben oder „etwas zu basteln“ trägt auch zur gesunden Entwicklung bei und sollte daher auch nicht auf der Strecke bleiben. Betrachtet man die Beurteilung der Chancen und Risiken digitaler Medien aus der Elternsicht der 3- bis 8-Jährigen in der Studie, kann eine grundsätzliche Einigkeit festgestellt werden. Dabei teilen die Eltern in diesem Zusammenhang überwiegend die Auffassung, dass man „mit der Zeit“ gehen müsse und es „keinen Sinn“ habe, sich der Verbreitung und dem Umgang mit digitalen Medien entgegenzustellen. Mit Perspektive auf die Bildungschancen und die berufliche Zukunft ihrer Kinder, erscheint es Eltern nicht ausreichend, digitale Medien im Umfeld der eigenen Kinder lediglich zuzulassen bzw. sich diesen nicht entgegenzustellen. Sie erachten im Gegenteil einen frühen, digitalen Zugang als unabdingbar für eine erfolgreiche Teilhabe an zukünftigen Bildungs- und Berufschancen. So ist die Mehrheit der Eltern der 3- bis 8-Jährigen Kinder davon überzeugt, dass Kinder den Umgang mit digitalen Medien „von klein auf lernen müssen, um nicht von der Gesellschaft abgehängt zu werden“. Die digitale Teilhabe bedeutet somit aus Elternsicht auch eine soziale Teilhabe, wobei diese Einstellung oft

bei Eltern älterer Kinder zu finden ist. Dabei sehen und erleben die Eltern, dass ihre Kinder einen intuitiven und spielerischen Umgang - vor allem mit mobilen Endgeräten mit Touchscreens an den Tag legen. Diese Beobachtung, aber auch die Erinnerungen an die eigenen ersten Schritte mit digitalen Medien im fortgeschrittenen Alter bringen Eltern zu der Einschätzung, dass das schnelle und einfache Lernen im Kindesalter durchaus genutzt werden sollte.



(Abbildung 1: Argumente für die frühe Nutzung digitaler Medien⁴)

Dabei spielen Statusaspekte eine nicht unerhebliche Rolle, wenn es um die Frage geht, ob Kinder die neuesten digitalen Geräte nicht nur nutzen, sondern auch besitzen sollten. Einige Eltern verspüren laut der Studie zum einen sozialen Druck von außen, vor dem sie ihre Kinder, die zu Hause von der Medienausstattung der anderen Kinder berichten, schützen möchten. Dass die „Anerkennung im Freundeskreis“ schwierig ist, wenn die entsprechende digitale Ausstattung fehlt, wird von der Mehrheit der Eltern geteilt, findet sich laut der Studie mit 65% etwas häufiger bei Eltern mit formal niedrigerem Bildungshintergrund als bei Eltern, welche formal höher gebildet sind (demgegenüber 59%). Als eine zentrale Chance sehen Eltern von 3- bis 8-Jährigen das umfangreiche Wissens- und Informationsangebot des Internets, wobei die Eltern bei kleineren Kinder hierbei das Angebot an Spielen, Videos, Bildern und Filmen in den Vordergrund rücken. Das im Netz umfangreich vorhandene, visuelle Material

⁴ Abrufbar im Internet unter: <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u9-studie-kinder-der-digitalen-welt/8-chancen-und-risiken-digitaler-medien-aus-elternsicht/8-1-digitale-medien-und-die-sicherstellung-der-sozialen-teilhabe-von-kindern/>. Zugriff: 10.02.2016.

empfinden Eltern als hilfreich, wenn es darum geht, Kindern Zusammenhänge und Sachverhalte anschaulich aber auch schnell erklären zu können. Besonders bei kleinen Kindern funktioniert das Erklären mithilfe von Beispielbildern oder kurzen Videos häufig einfacher und sei eingängiger als bloßes Erklären, geht aus der Studie hervor. Auch, dass die gesuchten Informationen meistens unmittelbar verfügbar sind, stellt einen weiteren Vorteil des Internets dar. Diese Unmittelbarkeit wird laut der Auswertung vor allem von Eltern von Schulkindern als eine Art „Aufwandsminimierung“ angesehen, da sie den Kindern aus ihrer Sicht das lang dauernde Recherchieren in Büchern erspart und ihnen in kurzer Zeit Informationen zur Verfügung stellt. Einen weiteren positiven Effekt digitaler Medien und des Internets sehen Eltern 3- bis 8-Jähriger darin, dass sich Kinder mithilfe digitaler Medien bereitwilliger dem Thema zuwenden, wobei nicht nur die Beliebtheit digitaler Endgeräte, sondern auch der spielerische Charakter von Lernspielen und Lernangeboten als Motivator funktioniert. Dabei beobachteten 57% der befragten Eltern, dass Lernspiele auf digitalen Endgeräten „die Lust ihrer Kinder am Lernen vergrößern“, außerdem seien die Kinder mithilfe dieser Spiele in der Lage, auch allein und ohne Anleitung zu lernen. Insgesamt betrachtet nehmen Kinder also nicht nur eine Expertenrolle bei der Handhabung von Medien ein, sondern beweisen auch in vielfältiger Hinsicht, dass sie im Endeffekt alleine entscheiden, welche Medien für sie den entscheidenden Bildungscharakter beinhalten und welche nicht. Sicherlich bleiben Eltern, Pädagogen und das soziale Umfeld immer ein entscheidender Faktor für den Anreiz, bestimmte Formate und Geräte zu nutzen, jedoch sind Kinder am Ende nun diejenigen, denen das Medienangebot nicht nur zusagen sondern auch wertvolle positive Entwicklungschancen bieten sollte. Dabei muss auch die gesamte gesellschaftliche Situation im Hinblick auf die Mediennutzung zukünftig von Bedeutung bleiben, denn Veränderung findet im Leben von Kindern permanent statt.

4. Soziale Orientierung durch Fernsehen

Eben in diesem Prozess der gesellschaftlichen Individualisierung, Differenzierung und Pluralisierung werden Kinder auch als jene Menschen verstanden, die aktiv an ihrem Sozialisationsprozess beteiligt sind. Oft wird ihnen dabei heutzutage auch schon eine gewisse Eigenständigkeit und Selbstverantwortung abverlangt, wobei sich die meisten Kinder und Jugendliche dieser Erwartungen bewusst sind und die Herausforderung annehmen. Es wird sogar von einer starken Ausprägung von

Eigenverantwortung und Selbstständigkeit gesprochen und zwar nicht nur im medialen Bereich (vgl. Hurrelmann/Albert 2004). Aus der Perspektive der kindlichen Fernsehnutzung stellen die 10- bis 13-Jährigen eine besonders interessante Altersgruppe dar, da sie sich auf der Schwelle vom Kind zum Jugendlichen befinden und in dieser Umbruchssituation besonders nach alternativen Orientierungsmöglichkeiten für ihre Persönlichkeitsentwicklung Ausschau halten. Dabei ist hier das Ausmaß von kreativer und eigenständiger Gestaltung und auch aktiver Auseinandersetzung mit den inneren und äußeren Lebensbedingungen hoch (K. Hurrelmann 2000, 27). Dementsprechend werden Orientierungsfragen nicht hauptsächlich im persönlichen Umfeld abgehandelt, sondern zunehmend nach außen, zum Beispiel an die Medien getragen (Medienforschung Super RTL 2000). Besonders ist, dass die 10- bis 13-Jährigen sich mit Argumentationen, Standpunkten und Handlungsweisen zur Positionierung in ihrer sozialen Umgebung und in der Gesellschaft auseinandersetzen, was sie sicher empathischer erscheinen lässt. Auch die Eltern oder andere vertraute Personen dienen ihnen nicht mehr alleine zur Orientierung. Sie verlassen ihre behütete Umgebung und betreten neue Lebensräume, die wiederum neue und alternative Sichtweisen und Perspektiven für sie bereit halten. Die Medien, insbesondere das Fernsehen als ihr Leitmedium, stellen dabei weitere attraktive Orientierungsquellen bereit, aus denen Kinder das symbolische Material für ihre persönliche Lebensgestaltung schöpfen.

4.1. Das Fernsehen als Gesprächsanreger in der Familie?

Das Fernsehen ist seit Jahren das Leitmedium für Kinder. Bettina Hurrelmann hat einen Vergleich der Fernsehnutzung mit der Zeit der Nutzung anderer Medien im Rahmen des Dortmunder Kabelprojekts, indem Familien mit Kindern unter 12 Jahren befragt wurden, durchgeführt. Interessant ist auch hier wieder, wie die Untersuchung die Veränderung der Mediennutzung in unterschiedlichen Lebensphasen aufzeigt. „In der Diskussion um die Einführung des Kabelfernsehens in der Bundesrepublik ist oft die Befürchtung geäußert worden, dass die Expansion des Medienangebotes die Menschen isolieren werde (vgl. Ronneberger 1981) In Hinblick auf die Familien wurde angenommen, dass sich die Beziehungen zwischen den Personen ausdünnen könnten, und dass sie die interpersonale Kommunikation durch den gesamten Medienkonsum mehr und mehr an den Rand gedrängt werden könnte.“ (B. Hurrelmann 1988, 85). Nach Auswertung des Projektes stellt Hurrelmann jedoch fest,

dass diese Befürchtungen in den von ihr erhobenen Ergebnissen keine Anhaltspunkte finden. Zwar seien Freizeitaktivitäten und Außenkontakte derjenigen Familien, die das umfangreiche Fernsehangebot nutzten, weniger intensiv und abwechslungsreich, sodass diese Familien tendenziell eher zurückgezogener lebten. Gleichzeitig spiele bei diesen Familie die Privatheit eine größere Rolle, wobei Tendenzen der Abschottung gegenüber der sozialen Öffentlichkeit nicht von der Hand zu weisen seien (vgl. ebd., 85). Sie kommt weiterhin zu dem Ergebnis, dass zwischen Kindern aus Kabelhaushalten und solchen aus Haushalten mit herkömmlichem Fernsehangebot kein relevanter Unterschied im Hinblick auf alleinige Nutzung besteht (vgl. ebd., 86). Ihrer Meinung nach ist das Fernsehen in Kabelhaushalten sogar wichtiger für die symbolische Rollen- und Positionsvermittlung im Familiengefüge. Nach Auswertung der durchschnittlichen Mediennutzungsdauer bei Kindern zeigte sich ein Anstieg mit zunehmendem Alter der rezipierenden Kinder. Auch wurde dem Fernsehen schon von Klein auf die meiste Zeit gewidmet (vgl. B. Hurrelmann 1994, 383). Generell ist der Fernsehkonsum bei Kindern in den letzten Jahren stetig angestiegen. Im Jahre 1970 betrug der Fernsehkonsum zum Beispiel insgesamt weniger als zwei Stunden pro Tag. Dabei standen vor fast 30 Jahren nur zwei bis drei Sender zur Verfügung und die Programme begannen erst am späten Nachmittag (vgl. Spitzer 2006, 1). Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich die Aussagen von Bettina Hurrelmann auch auf die heutige Zeit übertragen lassen. Fernsehen kann als Gesprächsanreger, zum Abbau von Spannungen bzw. dem Abbau von Konflikten beitragen.

4.2. Qualität im Kinderprogramm – Eltern haben eine Monopolstellung in der Medienerziehung

Ein wichtiges Moment in dem Themenfeld Familienfernsehen, vor allem im Alltag mit jüngeren Kindern, sind Eltern mit ihren Qualitätsvorstellungen und den Fernsehregeln, die sie für die Familie aufstellen. Mit einer Umfrage (vgl. hierzu im Folgenden Götz/Reichenberger/Hofmann 2001) hat das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) im Jahre 2001 einige Eltern zur Qualität im Kinderfernsehen befragt. Ein hoher Prozentsatz der Eltern gab darin an, dass sie ihrem Kind in Bezug auf TV- und Video-Konsum „sagen würden, was sie dürfen und was nicht“. Unter Eltern herrscht bei der Auswertung weitestgehend Einigkeit darüber, dass es Fernsehregeln geben muss. Die Gestaltung der Regeln findet dabei

nach Angaben der Eltern vor allem durch die erwachsenen Familienmitglieder und den Alltag statt. Nach Aussagen der Eltern werden die Regeln oftmals eingehalten, zumindest bei den jüngeren Kindern. Mehreren Eltern, insbesondere von Vorschulkindern, war es laut der Umfrage zudem wichtig, „dass sie erst gefragt werden, bevor der Fernseher eingeschaltet wird.“ Somit konnten sie die Zugangskontrolle behalten. Oft gaben die Eltern auch an, dass ihre Vorschulkinder nur in Begleitung der Eltern fernsehen sollten, sozusagen als feststehende Regel in der Familie. Die am häufigsten genannte und subjektiv oftmals bedeutsamste Dimension richtet sich jedoch auf den Inhalt der Sendung. Insbesondere Eltern jüngerer Kinder ist es wichtig, die Fernsehinhalte ihrer Kinder zu kontrollieren. In einigen Fällen beschreiben sie dies als „Zensur“. Dabei berichteten die Eltern auch von gezielten Begrenzungen auf einen Sender, den Kinderkanal von ARD/ZDF. Eltern bemühen sich, Sendungen zu finden, die sie für Kinder geeignet halten. Um die Qualität von Kindersendungen „herauszufiltern“, wurden Eltern gebeten, drei Sendungen zu benennen, die sie als für Kinder geeignet bzw. ungeeignet bezeichnen. In freien Nennungen sollten sie ihre Aussage begründen. Mit deutlichem Abstand lag dabei „Die Sendung mit der Maus“ mit 91 Nennungen auf Platz 1 der für Kinder geeigneten Sendungen, gefolgt von „Löwenzahn“, „Sesamstraße“, „Biene Maja“, den „Teletubbies“ und dem „Sandmännchen“. Dabei dominierten die öffentlich-rechtlichen Angebote eindeutig die Liste der, nach Ansicht der befragten Eltern, für Kinder geeigneten Sendungen. Erst auf dem 17. Platz befanden sich „Disney-Trickfilme“ (5 Nennungen), gefolgt von „Pokémon“ (4 Nennungen), wobei es sich um Angebote privater Fernsehanbieter. Das Prädikat für „Kinder geeignete Sendungen“ scheint eindeutig an die Öffentlich-Rechtlichen vergeben und mit dem Namen „Die Sendung mit der Maus“ verbunden zu sein. Als Begründungen, warum Sendungen geeignet seien, wird am häufigsten das Argument „lehrreich“ verwandt, gefolgt von „altersadäquat“ als Beschreibung der Eltern für ein Angebot, das nach ihren Vorstellungen den Anliegen und Fähigkeiten der Altersgruppe entspricht. Argumente, die sich auf Vergnügen richten, wie „lustig“ oder „unterhaltsam“, wurden weniger häufig genannt. Zusammengefasst finden Eltern im Alltag also meist Wege, mit den Anforderungen des Themas „Fernsehen und Familie“ umzugehen. Dabei entwickeln sie Regeln, die sie nach ihren eigenen Wahrnehmungen im Alltag ausrichten. Eltern beurteilen ein Programm dabei vermutlich häufig von ihrem eigenen ästhetischen Empfinden her, von ihren Wünschen (lehrreich) und

Vorbehalten (Gewalt) aus. Die tradierten und auch im öffentlichen Diskurs als Qualitätsprodukte diskutierten Angebote stehen hier ganz oben auf der Hitliste der für Kinder geeigneten Programme. Dies sind häufig auch die Sendungen, die die Eltern selber als Kinder auch schon gesehen haben. Neben den "Klassikern" finden sich hier auch neuere Formate. Als für Kinder nicht geeignete Programme werden hauptsächlich die Sendungen genannt, die auch öffentlich kritisch diskutiert werden: "Pokémon" (RTL 2), "Digimon" (RTL 2) und die "Teletubbies" (KI.KA/ARD). Bei einem für die ganze Familie geeigneten Angebot fordern Eltern - als junge, engagierte Erwachsene auch Spaß für sich selber ein. Inhaltlich sollen die Programme für alle etwas Wissenswertes, etwas zum Mitdenken, zum Mitfühlen und zum Darüber reden bieten, was möglichst auch noch über die Sendungen hinaus anregt. Dabei sollten sie die Kinder nicht überfordern, keine Gewaltdarstellung enthalten und sich in den Alltag von Familien einpassen. Neben den tradierten Qualitätsvorstellungen, die an eine Sendung gerichtet werden, stellen Eltern die Familie vor dem Fernseher in den Mittelpunkt. Die Angebote sollen Gemeinsamkeit ermöglichen und nicht behindern. Eltern fordern ein Programm, mit dem sie etwas anfangen können, das sie für sich und ihren Alltag in der Familie nutzen können: Für die einen ist ein ästhetisch und inhaltlich anspruchsvolles Angebot gefragt, namentlich oft in Verbindung mit öffentlich-rechtlichen Sendungen genannt. Andere Familien genießen Sendungen, die nicht zu inhaltsschwer oder zu dominant in der Rezeptionssituation sind, namentlich oft mit Sendungen der RTL-Gruppe und "Wetten, dass ...?" (ZDF) verbunden. Vom Fernsehangebot wird Vielfältigkeit gefordert. Hier gilt es, die aus Sicht der Eltern bestehende scharfe Trennlinie innerhalb des Dualen Systems aufzubrechen und weitere, für Familien geeignete Formate zu finden. Dies umzusetzen fordert von den Produzierenden Kreativität und eine Grundhaltung, die Familien ernst nimmt, so wie sie sind, die sie in ihrem Alltag unterstützt, ihnen anbietet, was sie wollen, ohne dabei inhaltliche und ästhetische Qualitätsansprüche und Verantwortungsbewusstsein zu verlieren. Eine hierzu gegenläufige Tendenz stellte gerade Gert Kaspar Müntefering fest, der als Erfinder von der Sendung „Die Sendung mit der Maus“ ein von Eltern besonders geschätztes Format produziert hat (vgl. oben). Dieser beschwor jüngst „das Verschwinden des Kinderfernsehens“ und umschrieb dessen medienpolitische Bedeutung: „Auch wenn Kinderfernsehen aus dem Fokus von Programmanbietern, Forschung und öffentlichen Diskurs zu rücken droht, gibt es im Fernsehprogramm Angebote, die erhaltenswert sind, denn sie gelingen. Was heißt, dass der doch eher

alltagsprachlich geprägte Begriff „gelingen“ im Kontext von alltäglichem Fernsehprogramm, seiner täglichen Nutzung und im Rahmen einer empirischen Fernsehprogrammanalyse? Das Gelingen vom Programmangebot erschließt sich bei medienpädagogischer und empirischer Annäherung über zwei Komponenten: Zum einen ist es die quantitative Nutzung des Programms durch die zuschauenden Kinder, die Programm zum „Hit“ oder „Flop“ macht. Zum anderen definiert sich das Gelingen darüber, welche mögliche Relevanz die im Programm angelegten Inhalte und Strukturen für kindliche Sozialisation haben. Die Frage also, wo den Programmanbietern etwas gelingt, wird aus medienpädagogischer Sicht etwa zu der Frage, wo Programm Kindern erfolgreich Strukturen und Inhalte zur Verfügung stellt, die Kinder dazu nutzen, ihren Alltag zu organisieren und zu gestalten und die ihnen bei ihrer Lebensweltkonstruktion und Persönlichkeitsentwicklung hilfreich sind. Das sind zum Beispiel Angebote, die Kinder unterstützen, die Welt zu verstehen, sich gesellschaftlich und sozial zu verorten, Eindrücke und Anforderungen, Wünsche, Bedürfnisse, Hoffnungen, Ängste und Themen zu verarbeiten und sich zu orientieren.“ (Müntefering 2007).

4.3. Soziale Ungleichheiten in der Medienkindheit

Aus den bisherigen Erkenntnissen hat man erfahren, dass Medien nun in vielfältiger Weise an der Sozialisation von Kindern beteiligt sind. Mit Blick auf die Ergebnisse der einschlägigen Forschung zur Medienrezeption lässt sich auch festhalten, dass die Medien den Heranwachsenden eine Projektionsfläche für ihre Wünsche, Emotionen und Phantasien bieten. Dabei offerieren sie als eine Art „Sinnagenturen“ Orientierungshilfen und natürlich auch ein gewisses Identifikationspotential. Außerdem erhalten die Medien mit zunehmenden Alter der Kinder auch Relevanz für die Ausstattung und Regulation von Freundschaften, für Kontakte von Gleichaltrigen (Peer groups) und familiäre Beziehungen. Es stellt sich die Frage, ob ihre Medienhandlungsweisen dabei von ihrem sozialökonomischem Hintergrund abhängen? Unter anderem wurde unter Punkt 3.2 beschrieben, dass Kinder eher bildungsnaher Eltern ein breiteres Interessenspektrum bei der Verwendung des Internets als Kinder eher bildungsferner Eltern zeigen. Dies gibt Grund zur Annahme, dass ein signifikanter Unterschied in der Medienbildung besteht. Es ist daher unerlässlich, die Lebenswelt und die darin eingelagerte Lebensführung von Kindern und ihrer Familien in den Blick zu nehmen. Somit ist die

Mediensozialisationsforschung nicht nur herausgefordert, sowohl das Subjekt als auch seine objektiven sozialen Bedingungen zu erfassen. Dabei besteht die Herausforderung auch darin, die Interaktion zwischen Eltern und Kindern, ihre Dialektik sowie das Grundgerüst ihres Zusammenwirkens im Alltag genau zu beschreiben. Dabei genießen, anders als in früheren Zeiten, Kinder heute ein höheres Niveau an sozialer Sicherheit: alle Kinder besuchen mittlerweile eine Schule und können sich weitestgehend und wie die Erwachsenen auf den Plattformen der massenmedialen Branche bewegen. Dabei dient diese ihnen als ein Feld der Selbstentfaltung und Selbstinszenierung (vgl. Kränze-Nagel/Mierrendorf 2007, 13). Es zeigt sich allerdings bei einem näheren Blick auf die „Teilhabe der Kinder am materiellen Reichtum in westlichen Gesellschaften deutlich, dass diese daran in ungleicher Weise partizipieren.“ (ebd., S. 13). Es gibt nun zahlreiche Studien, die auf den Zusammenhang von sozialer Benachteiligung und den Bedingungen des Aufwachsens von Kindern verweisen. Dabei haben insbesondere die PISA- und IGLU⁵-Debatte in diesem Kontext für Diskussionen gesorgt und den Blick für sozioökonomische Aspekte des Kinderalltags gesorgt (vgl. Rossbach/Roux 2007). Auch der 12. Kinder- und Jugendbericht des Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend belegt ebenso wie die World Vision Kinderstudie 2007⁶ den Zusammenhang zwischen den sozioökonomischen Faktoren und dem Schulerfolg. Zudem erinnert der Bericht auch eindringlich an die hohe Bedeutung frühkindlicher Bildung (vgl. auch Niesyto 2008/ zitiert nach Paus-Hasebrink, Ingrid 2009). Des Weiteren wurden in einer Panelstudie (Paus-Hasebrink/Bickler 2009) „Globalcharakteristiken zur Lebenssituation der Familien- Leitfadeninterviews mit Kindern und Eltern“ sozial benachteiligte Kinder vom Kindergarten- bis zum Grundschulalter, sowie ihre Eltern methodisch auf mehreren Ebenen begleitet (vgl. auch Charlton/Neumann 1986). Dabei wurden zwanzig Familien gezielt im Hinblick auf folgende gesellschaftliche Strukturfaktoren sozialer Benachteiligung wie etwa niedriger Bildungsstand, Armutsgefährdung sowie spezielle Familienkonstellationen- etwa alleinerziehend oder Kinderreichtum ausgewählt, um sie in Bezug auf ihren Medienumgang zu beobachten. Die Untersuchung war auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in der Lebensführung und im Umgang miteinander ausgelegt. Dabei

⁵ Vgl. hierzu https://www.lpb-bw.de/schulstudie_iglu.html. Zugriff: 10.02.2016.

⁶ Vgl. World Vision-Kinderstudie: Kinder in Deutschland 2007.

www.worldvisionstudie.de/downloads/zusammenfassung-kinderstudie-2007.pdf. Zugriff: 10.02.2016.

galt der Blick der jeweils subjektiven Wahrnehmung dieser gesellschaftlich-strukturellen Bedingungen durch die verschiedenen Familienmitglieder im generationalem Gefüge, geprägt durch ihren jeweiligen Eigensinn. Zur Bestimmung der sozialen Lage diente die Kombination der Lebensbedingungen Armut bzw. Armutsgefährdung, sowie niedrige Bildung. Dabei mitbedacht wurden die Region in der die Familie lebt, das Geschlecht, sowie das für die Studie relevante Alter der Kinder. Auch hierbei trat das Fernsehen wieder als Leitmedium auf, da es sich als kostengünstige Freizeitbeschäftigung erweisen konnte, wobei besonders crossmedial vermarktete Zeichentrickangebote beliebt waren. Daher ist davon auszugehen, dass die Mediennutzung sozial benachteiligter Kinder im deutlichen Zusammenhang mit ihrer sozialen Herkunft steht. Die Gegenüberstellung der Literatur im Rahmen der Studie bestätigte die Ergebnisse der Studien, in denen der Umgang sozial benachteiligter Kinder mit Medien über alle sozialen Schichten hinweg untersucht wurde. Dabei zeigte sich, dass Kinder aus Familien mit einem höherem sozialen Status Medien zeitlich vergleichsweise moderater nutzten als gleichaltrige Kinder aus Familien mit einem niedrigerem sozialen Status. Dies ließ sich unter anderem auf die Art und Weise der Freizeitgestaltung zurückführen, wobei Kinder aus sozial besser gestellten Familien ihre Freizeit häufiger außer Haus verbringen als vor dem Fernseher. Das hat zur Folge, dass das Fernsehen in sozial weniger gut ausgestatteten Familien möglicherweise eher eine kostengünstige Ersatzbeschäftigung gegenüber teureren Hobbys wie beispielsweise Tennis oder Reiten, darstellt. Betrachtet man die Sender- und Programmpräferenzen in den Familien, zeigt sich, dass öffentlich-rechtliche Sendeanstalten vor allem von Familien mit höherem sozio-ökonomischem Status großen Anklang finden. Demnach sehen Kinder aus sozial besser gestellten Familien auch häufiger Sendungen des Kinderkanals „KiKa“, sowie informationsorientierte Angebote, wie beispielsweise „Die Sendung mit der Maus“. Ihre Altersgenossen aus sozial schlechter gestellten Familien schauen hingegen verstärkt crossmedial vermarktete und fiktionale Zeichentrickserien, vor allem Anime- Serien wie „Pokemon“, „Yu-Gi-Oh“ und „Dragonball-Z“. Insgesamt ist festzustellen, dass Medien im Alltag aller untersuchten Familien eine wichtige Rolle spielen. Da die Eltern mit einem sozial eher niedrigerem Status in allen zwanzig Fällen der Studie ein eher unausgewogenes Medienerziehungsverhalten erkennen ließen, kann man davon ausgehen dass Medienangebote- vor allem crossmedial vermarktete Zeichentrickformate als Sozialisationsfaktoren für die Kinder eine hohe

Bedeutung haben. Dabei überlassen die oft überforderten Eltern mehr oder weniger bewusst, häufiger jedoch unreflektiert den Medien mit ihren unterschiedlichen Angeboten den Erziehungsraum. Im Gegenteil dazu kontrollieren die Eltern in sozioökonomisch besser gestellten Familien die Mediennutzung ihrer Kinder in weitaus größerem Maße. Es steht also außer Frage dass Kinder aus sozial benachteiligten Familien in besonderer Weise mit der sich wandelnden Medienlandschaft konfrontiert werden. Es gilt also nicht nur zu bemerken, dass aufgrund einer stetig wachsenden Zahl an Mediengeräten, Sendern und Programmen von einer „Medienkindheit“ gesprochen werden muss. Die Sozialisation dieser Kinder erfolgt im starken Maße durch die Medien und wird nur wenig durch andere Sozialisationsinstanzen moderiert. Dabei ist die Vermittlung von Medienkompetenz zwar Aufgabe der Eltern, die aber, wie die Ergebnisse der Studie belegen, oft kaum medienkompetent sind und kaum über Kenntnisse von Produktionsbedingungen sowie über Kommerzialisierungsstrategien der Medienanbieter verfügen. Diese Familien sollten daher Hilfe von Seiten der Gesellschaft erhalten. Für soziale Konzepte zur Veränderung der Situation sozial benachteiligter Kinder setzt es jedoch weit mehr voraus als medienpädagogische Projekte. Vielmehr ist es zusätzlich dringend erforderlich Konzepte zu entwickeln, deren Umsetzung von allen Beteiligten, seien es Kindergärten, Schulen, Familienämtern, Einrichtungen des Kindes- und Jugendwohls oder aber Jugendhilfe und Elternbildungseinrichtungen mitgetragen wird (vgl. Paus-Hasebrink 2009). Dies machen vor allem die Ergebnisse des Zwölften Kinder- und Jugendberichts der deutschen Bundesregierung (vgl. so auch Barthelmes 2005) deutlich.

5. Fazit

Die Darstellungen haben verdeutlicht, dass in dem alltäglichen Leben von Kindern die Medien eine enorme Rolle spielen und einen wichtigen Bestandteil bei der Gestaltung der Freizeit darstellen. Sie sind allgegenwärtig und werden oft als selbstverständlich hingenommen und gehören einfach dazu. Wie schon die Erklärung des Begriffs Medien aufzeigte, dienen sie unter anderem der Urteils- und Meinungsbildung von Kindern. Dementsprechend haben Medien auch die Macht Kinder zu beeinflussen. Diesen Einfluss sollten Eltern gerade bei den jüngeren Kindern ernst nehmen und nicht unreflektiert lassen, damit sich der Einfluss nicht negativ auswirkt. Wie der Titel dieser Arbeit schon verlauten lässt, ging es in der

Arbeit hauptsächlich um die Möglichkeiten der Mediennutzung, deren Auswirkungen auf die Entwicklung der Kinder und die sozioökonomischen Hintergründe. Festzustellen war, dass Medien als Informationsquelle und auch durch ihre Multifunktionalität in positiver Weise genutzt werden können. Auch kann man dem Fernsehen als Unterhaltungsmedium sowie Informations- und Sozialisationspartner eine durchaus positive Bewertung zukommen lassen, sofern die Rezipienten und deren Eltern lernen, über Medien zu reflektieren. In der Darstellung zu den Medienkompetenzen wird auch erkennbar, dass Kinder in der heutigen Zeit viele Kompetenzen im Umgang mit Medien erworben haben, jedoch die Handhabung mit jenen eben auch viele darüber hinausgehende Kompetenzen von ihnen erfordert. Im Hinblick auf die Ergebnisse der Studien zeigt sich, dass auf unterschiedlichen Ebenen gesellschaftlicher Handlungsbedarf besteht, um die sozialen Unterschiede zwischen den „Medienkindern“ zu begrenzen. Die Entwicklungschancen der Kinder sollte keine Frage des sozio-ökonomischen Status sein, wenn es um Medienbildung geht. Auch auf die Ebene der Medienproduktion sollte sich der Blick richten. Die Medienproduzenten sollten nicht aus der Verantwortung entlassen werden, auch wenn das die kommerzielle Logik der privatwirtschaftlichen Produktionen vermeintlich nahelegt. Die Produzenten stehen in der Verantwortung, ihr Programm nicht allein auf eine mögliche Gewinnmaximierung auszurichten, sondern eine Programmgestaltung vorzunehmen, die nicht die Gefahr birgt, dass die schwächsten Glieder der Gesellschaft weiter an deren Rand gedrängt werden. Wenn alle Medien, im Fernsehen insbesondere nicht allein die öffentlich-rechtlichen, diesen Bildungsauftrag annehmen und die Kompetenzen der Kinder im Umgang instanzübergreifend gefördert werden, dann können Kinder – und zwar ungeachtet ihrer sozialen Herkunft – auch heutzutage von Medien lernen.

6. Literaturverzeichnis

- Aufenanger, Stefan
Mediensozialisation. In: Sander, Uwe/von Gross, Friederike/ Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): Handbuch Medienpädagogik, VS Verlag, Wiesbaden 2008, S. 87-92
- Baacke, Dieter/
Sander, Uwe/
Vollbrecht, Ralf
Medienwelten Jugendlicher, Leske & Budrich, Opladen 1991
- Barthelmes, Jürgen
Zwölfter Kinder- und Jugendbericht: Bildungsorte und Lernwelten. Laufen, Sprechen, Lesen und Reisen – das Entdecken der Welt als Weg zur Bildung, in: DJI Bullentin 2005, S. 20-23
- Bickler, Daniela
Zielgruppe Kind, Tectum Verlag, Marburg 2002
- Böhm, Winfried
Wörterbuch der Pädagogik, 15. Auflage, Alfred Kröner Verlage, Stuttgart 2000
- Charlton, Michael/
Neumann, Klaus
Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung mit fünf Fallbeispielen, Psychologie Verlags Union, München/Weinheim 1986
- Deutsches Institut für
Vertrauen und Sicherheit
im Internet
DIVSI U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt, Hamburg 2015.
<https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2015/06/U9-Studie-DIVSI-web.pdf>. Zugriff: 10.02.2016
- Dittler, Ullrich/
Hoyer Michael
Machen Computer Kinder dumm? Kopaed, München 2006
- Geulen, Dieter
Sozialisation. In: Joas, Hans (Hrsg.): Lehrbuch der Soziologie, 2. Auflage, Campus, Frankfurt am Main 2003, S. 123-144
- Götz, Maya/Reichenbacher,
Susanne/Hofmann, Ole
Familien-Fernsehen aus Sicht der Eltern. Internetbefragung zu Fernsehregeln und Qualitätssendungen - Eine Studie des IZI 2001. http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/forschung/Sonstige_Forschungsprojekte/fam_TV.pdf. Zugriff: 10.02.2016

- Groeben, Norbert
Dimensionen der Medienkompetenz: Deskriptive und normative Aspekte. In: Groeben, Norbert/Hurrelmann, Bettina (Hrsg.): Medienkompetenz: Voraussetzungen, Dimensionen, Funktionen, Juventa Verlag, Weinheim 2002, S. 160-197
- Hillmann, Karl-Heinz
Wörterbuch der Soziologie, 4. Auflage, Alfred Kröner Verlag, Stuttgart 1994
- Hurrelmann, Bettina
Fernsehen in der Familie – Auswirkungen der Programmerweiterung auf den Mediengebrauch, Juventa Verlag, Weinheim/München 1989
- Dies.
Kinder und Medien. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Westdeutscher Verlag, Opladen 1994, S. 377-407
- Hurrelmann, Klaus
Gesundheitssoziologie, Juventa, Weinheim 2000
- Ders.
Einführung in die Sozialisationstheorie, 8. Auflage, Beltz, Weinheim 2002
- Ders./Albert, Martin
Jugend 2002. Zwischen praktischem Idealismus und robustem Materialismus, Frankfurt am Main 2004
- Ders.
Einführung in die Sozialisationstheorie, 9. Auflage, Beltz, Weinheim und Basel 2006
- Klinger, Walter/
Feierabend, Sabine
Jugendliche in Deutschland und ihr Medienverhalten. In: Dittler, Ullrich/Hoyer, Michael (Hrsg.): Machen Computer Kinder dumm?, kopaed, München 2006, S. 17-31
- Kränze-Nagel, Renate/
Mierrendorf, Johanna
Kindheit im Wandel – Annäherungen an ein komplexes Phänomen. In: SWS-Rundschau Heft 1, Jg.47 (2007).
www.kindergartenpaedagogik.de/1613.pdf.
Zugriff: 10.02.2016
- Medienforschung Super RTL
Kinderwelten 2000, Köln 2000
- Müntefering, Gert Kaspar
Vom Verschwinden des Kinderfernsehens. In: tv diskurs Nr. 41, Jg. 11 (2007), S. 68-

71. http://fsf.de/data/hefte/ausgabe/41/gangloff_muentefering068_tvd41.pdf.
Zugriff: 10.02.2016
- Neumann-Braun, Klaus/
Müller-Doohm, Stefan
- Medien- und Kommunikationssoziologie,
Juventa, Weinheim 2000
- Niesyto, Horst
- Medienkulturen und soziale Ungleichheit –
Einführung in die Thematik. Vortrag im
Rahmen der Arbeitsgruppe
„Medienkulturen und soziale Ungleichheit.
Zum Spannungsfeld von kulturtheoretischer
und lebenslagenbezogener
Medienforschung. In memoriam Dieter
Baacke; 21. Kongress der Deutschen
Gesellschaft für Erziehungswissenschaften
(DGfE), 16.-19.03.2008, Dresden
unveröffentlichtes Vortragsmanuskript).
Zitiert nach: Paus-Hasebrink, Ingrid,
Mediensozialisation: Kinder aus sozial
benachteiligten Familien. In: APuZ Nr. 17,
2009, S. 20-25
- Offe, Claus
- Staat, Demokratie und Krieg. In: Joas, Hans
(Hrsg.): Lehrbuch der Soziologie, 2.
Auflage, Campus, Frankfurt am Main 2003,
S. 417-466
- Paus-Hasebrink, Ingrid
- Mediensozialisation: Kinder aus sozial
benachteiligten Familien. In: APuZ Nr. 17,
2009, S. 20-25
- Dies./Bichler, Michelle
- Mediensozialisationsforschung.
Theoretische Fundierung und Fallbeispiel
sozial benachteiligter Kinder, Innsbruck-
Wien-Bozen 2009
- Raabe, Claudia/
Rummler, Klaus/
Seipold, Judith
- Orientierung, Gender, Medienkompetenz –
Beiträge des Fernsehens zur
Lebensgestaltung und Alltagsorientierung
von Kindern. Ergebnisse einer qualitativen
und quantitativen Fernsehprogrammanalyse.
In: Dittler, Ullrich/Hoyer, Michael (Hrsg.),
Machen Computer Kinder dumm?, kopaed,
München 2006, S. 57-84

- Rathgeb, Thomas (Hrsg.)/
Feierabend, Sabine/
Plankenhorn, Theresa
- KIM-Studie 2014 – Kinder + Medien,
Computer + Internet – Basisuntersuchung
zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in
Deutschland, Stuttgart 2015.
[http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-
pdf14/KIM14.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf14/KIM14.pdf). Zugriff: 10.02.2016
- Rolff, Hans-Günter/
Peter, Zimmermann
- Kindheit im Wandel. Eine Einführung in die
Sozialisation im Kindesalter, Beltz,
Weinheim 1990
- Ronneberger, Franz
- Vorteile und Risiken der neuen Medien für
die Struktur der demokratischen
Gesellschaft und den Zusammenhalt der
sozialen Gruppen. Eine Literaturanalyse
(1981). In: Presse- und Informationsamt der
Bundesregierung (Hrsg.):
Kommunikationspolitische und
kommunikationswissenschaftliche
Forschungsprojekte der Bundesregierung
(1978-1985). Teil 2 Bonn 1986, S 615-624
- Rossbach, Hans-Günther/
Roux, Susanna
- Soziale Ungleichheit in der Früherziehung.
In: Brumlik, Micha/Merkens, Hans (Hrsg.),
bildung – macht – gesellschaft, Budrich,
Opladen 2007, S. 273-281
- Spitzer, Manfred
- Vorsicht Bildschirm!: Elektronische
Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit
und Gesellschaft, dtv, München 2006
- Vollbrecht, Ralf
- Einführung in die Medienpädagogik, Beltz,
Weinheim 2001
- Ders.
- Mediensozialisation von Kindern und
Jugendlichen. In: Dittler, Ullrich/Hoyer,
Michael (Hrsg.), Machen Computer Kinder
dumm?, kopaed, München 2006, S. 33-44
- World Vision Deutschland e.V.
- World Vision Kinderstudie: Kinder in
Deutschland 2007.
[www.worldvisionstudie.de/
downloads/zusammenfassung-kinderstudie
2007.pdf](http://www.worldvisionstudie.de/downloads/zusammenfassung-kinderstudie-2007.pdf). Zugriff: 10.02.2016

7. Selbstständigkeitserklärung

Hofmann, Cosima

Matrikelnr.: 18269

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit bzw. Leistung selbstständig, ohne fremde Hilfe und nur unter Verwendung der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle sinngemäß und wörtlich übernommenen Textstellen aus der Literatur bzw. dem Internet habe ich als solche kenntlich gemacht.

Mir ist bekannt, dass im Falle einer Täuschung die Abschlussarbeit mit **„nicht bestanden“** bewertet wird.

Merseburg, den 15.01.2016

Unterschrift