

PW-Übung 1: Wie gehen Kinder heute mit Massenmedien um?

Nathan Labhart S

Massenmedien – vor allem elektronische wie Fernsehen und Internet – haben heute einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf das Alltagsleben. Besonders deutlich wird dies, wenn wir beobachten, wie bereits Vorschulkinder einen Grossteil ihrer Freizeit vor Bildschirmen verbringen. Eine im Herbst 1997 durchgeführte Umfrage bringt unter anderem zutage, dass Schweizer Kinder im Alter von 9 bis 13 Jahren täglich zwischen 72 und 92 Minuten fernsehen, 56 bis 71 Minuten Konsolenspiele spielen und immerhin ca. 18 Minuten einen PC benützen (ohne zu spielen) – aber nur während einer guten halben Stunde ein Buch lesen (Süss 1998, S. 31). Noch vor 15 Jahren führten Studien aus Deutschland bloss 30 bis 60 Minuten täglichen Fernsehkonsum auf (Jennessen 1980, S. 131). Natürlich werden nun Bedenken laut, dass die Vorstellungskraft der Kinder unter dem stark zunehmenden Medienkonsum leiden könnte. Eine deutsche Untersuchung kommt jedoch zum Schluss: *«So schnell, wie oft beklagt, wird die Phantasie unserer Kinder (...) nicht verschüttet. Die Diskussion muss differenzierter geführt werden.»* (Braun/Charlton/Neumann 1987, S. 35).

Leider ist für eine ganze Reihe der kleinen Kinder der Fernsehapparat der erste Sozialkontakt des Tages (Schorb 1992). Wie sind also soziale und massenmediale Faktoren verknüpft? *«(...) There are several possible reasons why adolescents in father-absent homes use radio and television more. These media may help satisfy instrumental and/or expressive needs mothers cannot meet singlehandedly. In the Medrich et al. (1982) study, children in homes without fathers were found to watch an average of one hour more of television on a weekend day than children with two parents.»* (Medrich 1982. Zitiert in: Brown et al. 1990, S. 79). Was empfinden Kinder denn nun vor dem Fernseher? *«Letztlich wissen wir Erwachsene [sic!] nicht, was Kinder auf dem Bildschirm wahrnehmen, erkennen, was und wie sie etwas als bedeutsam ansehen und es in ihre kognitiven wie emotionalen Sphären integrieren, also deuten – einfach deshalb, weil Kinder das Gesehene, Erlebte, Gedeutete nicht zureichend, d.h. in den für uns Erwachsene verständliche Modalitäten und Sinnfolgen, artikulieren können. Die Kinder bleiben in ihrer eigenen Welt und müssen sich zugleich – und wollen es auch – in den Welten zurechtfinden, die wir ihnen als Erwachsene anbieten, oft sogar aufdrängen – wie etwa über das Fernsehen.»* (Kübler 1998).

Um noch kurz auf das andere grosse Massenmedium einzugehen: Es ist überraschend, wie gross das Angebot für Kinder im Internet schon ist, dass andererseits die Inhalte aber zum Teil noch sehr dürftig sind (Aufenanger 1997, S. 22).

Fazit: Man darf auf die weitere Entwicklung gespannt sein.

Bibliographie

- Aufenanger, Stefan: Internet-Angebote für Kinder. Ein Streifzug durchs World Wide Web. In: medien praktisch, 3/97, S. 22–24.
- Braun, Barbara/Charlton, Michael/Neumann, Klaus: Phantasie als Ware. Wie werden Kinder mit Medienangeboten fertig? In: medium, 3/87, S. 33–36.
- Brown, Jane Delano et al.: The Influence of New Media and Family Structure on Young Adolescents' Television and Radio Use. In: Communication Research, Vol. 17 #1, February 1990, S. 65–82.
- Jennessen, Heinz: Leistungsmotiventwicklung und Fernsehen. Eine empirische Untersuchung bei Schulanfängern. Bochum 1980.
- Kübler, Hans-Dieter: Erzählen statt Zählen. <http://www.gep.de/medienpraktisch/amedienp/mp3-98/3-98kueb.htm> (18. Nov. 1998).
- Medrich, E. A. et al.: The serious business of growing up. Berkeley 1982.
- Schorb, Bernd: Vorwort. In: Bayerische Landeszentrale für neue Medien BLM (Hg.): Wenig Lust auf starke Kämpfer: Zeichentrickserien und Kinder. München 1992, o.S.
- Süss, Daniel: Mediensozialisation und Medienkompetenz. Manuskript. Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich, Sommersemester 1998.