

Medienwissen kompakt

Claudia Wegener

Aufwachsen mit Medien



Springer VS

Medienwissen kompakt

Herausgegeben von

K. Beck, Berlin, Deutschland

G. Reus, Hannover, Deutschland

Die Reihe Medienwissen kompakt greift aktuelle Fragen rund um Medien, Kommunikation, Journalismus und Öffentlichkeit auf und beleuchtet sie in eingängiger und knapper Form aus der Sicht der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Die Bände richten sich an interessierte Laien ohne spezielle Fachkenntnisse sowie an Studierende anderer Sozial- und Geisteswissenschaften. Ausgewiesene Experten geben fundierte Antworten und stellen Befunde ihres Forschungsgebietes vor. Das Besondere daran ist: sie tun es in einer Sprache, die leicht lebendig und jedermann verständlich sein soll.

Mit einer möglichst alltagsnahen Darstellung folgen Herausgeber und Autoren dem alten publizistischen Ideal, möglichst alle Leser zu erreichen. Deshalb verzichten wir auch auf einige Standards „akademischen“ Schreibens und folgen stattdessen journalistischen Standards: In den Bänden dieser Reihe finden sich weder Fußnoten mit Anmerkungen noch detaillierte Quellenbelege bei Zitaten und Verweisen. Wie im Qualitätsjournalismus üblich, sind alle Zitate und Quellen selbstverständlich geprüft und können jederzeit nachgewiesen werden. Doch tauchen Belege mit Band- und Seitenangaben um der leichten Lesbarkeit willen nur in Ausnahmefällen im Text auf.

Herausgegeben von

Klaus Beck
Berlin, Deutschland

Gunter Reus
Hannover, Deutschland

Claudia Wegener

Aufwachsen mit Medien

 Springer VS

Claudia Wegener
Potsdam-Babelsberg, Deutschland

Mit freundlicher Unterstützung der Filmuniversität Babelsberg KONRAD
WOLF.

Medienwissen kompakt

ISBN 978-3-658-00842-0 ISBN 978-3-658-00843-7 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-00843-7

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer VS ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Inhalt

1. Einstieg: Medienwelten heute | 7
 2. Aufbau des Bandes | 13
 3. Medienangebot und -nutzung im Wandel | 17
 4. Medien verstehen und gebrauchen | 51
 5. Rahmenbedingungen des Aufwachsens | 81
 6. Fazit und offene Fragen | 103
- Zum Weiterlesen | 109
- Glossar | 113

1. Einstieg: Medienwelten heute

Am Morgen »klingelt« der Radiowecker: Aufstehen, anziehen und zum Frühstückstisch. Der Radiosprecher berichtet über das aktuelle Geschehen, es folgen Musik, Wetterbericht und das Neueste aus der Region. Auf dem Weg zur Schule spielt der MP3-Player die momentane Lieblingsmusik. Noch schnell bei WhatsApp geschaut, vielleicht E-Mails gecheckt und das Facebook-Profil aktualisiert: »Noch müde, gleich Mathe, Mist.« In der Schule leiten die Lehrer zur Onlinerecherche an und motivieren gleichzeitig, die Werbung kritisch zu hinterfragen. Mitschüler diskutieren das Fernsehprogramm von gestern und die besten YouTube-Clips. Später, nach dem Mittagessen, ein kurzer Blick ins Internet. Die angesagten Hits mit Freunden hören und am Tablet-PC ein wenig spielen. Hausaufgaben erledigen, eine CD dient als Geräuschkulisse. Vielleicht wird das Abendbrot mit den Eltern gemeinsam vor dem Fernseher eingenommen. Anschließend geht's ins Bett: lesen, Licht aus, schlafen. Träume von fernen Welten mit Hochglanzbildern bunter Werbebroschüren ...

Wohl mutet der hier geschilderte Tagesablauf beim ersten Lesen etwas übertrieben an, doch ist er sicherlich nicht ganz unrealistisch und macht deutlich: Kinder und Jugendliche wachsen heute selbstverständlich mit Medien auf. Die unterschiedlichsten Angebote sind stete Begleiter des Alltags und werden in verschiedenen Situationen – mal gezielt, mal beiläufig – auch genutzt. Dabei sind Medien in vie-

le Lebensbereiche eingebunden. Heranwachsende widmen sich ihnen zu Hause und bei Freunden, im eigenen Zimmer oder gemeinsam mit Familienmitgliedern in der »guten Stube«. Medien strukturieren Tageszeit und sind Fenster zu Welten, die im nahen Umfeld in der Regel nicht zugänglich sind. Dass Kinder und Jugendliche Medien nutzen, steht außer Frage. Weniger offensichtlich sind die Motive für den Mediengebrauch und die Folgen, die daraus resultieren. Warum sind Kinder und Jugendliche von Medien fasziniert? Welchen Nutzen ziehen Heranwachsende aus dem Umgang mit TV und Tablet, mit PC und Büchern, die sich trotz des technologischen Wandels tatsächlich immer noch in den Kinder- und Jugendzimmern finden? Bringt das Aufwachsen in komplexen Medienwelten Gefahren mit sich, oder sind heute schon die Jüngsten in der Lage, sich souverän ihren Weg durch den Medienschungel zu bahnen und daraus ihre Vorteile zu ziehen? Solche Fragen drängen sich angesichts der Vielfalt der Medien und ihrer Popularität bei Kindern und Jugendlichen auf.

Unterschiedliche wissenschaftliche Disziplinen sind damit betraut, auf solche zunächst pauschalen Fragen differenzierte Antworten zu finden. Fest steht, dass Medien Kindern und Jugendlichen nicht allein zur Bildung und Wissensweiterung dienen, auch wenn sich Eltern, Pädagoginnen und Pädagogen das wünschen. Ein Bildungsbedürfnis dürfte im Alltag eher nachrangig sein. Kinder und Jugendliche nutzen Fernsehen, PC und Internet dagegen häufig zur Unterhaltung, zum Zeitvertreib und/oder schlicht aus Langeweile, wenn sich keine andere Beschäftigung bietet. Darüber hinaus liefern Medien Gesprächsstoff, der als »sozialer Kitt« zum Austausch mit Gleichaltrigen dient. Es werden aktuelle TV-Shows oder YouTube-Clips verhandelt und ihre Stars diskutiert. In diesem Sinne unterstützen Medien das Miteinander, indem sich Freundesgruppen auch über die Inhalte der Medien formieren. Den Kindern und Jugendlichen bieten solche

Gemeinschaften einen Raum, in dem sie sich ausprobieren können und gleichzeitig Bestätigung finden. Wenn sich die Fans einer Serie im Spiel zusammenschließen, bestätigen sie ihre jeweiligen Geschmacksvorlieben und versichern sich so ihrer gegenseitigen Anerkennung. Andererseits unterstützen Medien Abgrenzung, wenn sich beispielsweise die *Herr-der-Ringe*-Fans gegenüber den *Ninjago*-Anhängern positionieren und jeweils darauf bestehen, dass »ihre« Idole unzweifelhaft besser, erfolgreicher und attraktiver sind. Dass das bei Erwachsenen nicht viel anders ist, zeigt sich in häufig emotionalen Diskussionen über die Fußball-Bundesliga und den jeweils favorisierten Verein. Hier entstehen ebenfalls Koalitionen, bei denen Zugehörigkeit und Abgrenzung eine wichtige Rolle spielen.

Vergleicht man die Medienwelt der Kinder heute mit der ihrer Großeltern, zeigt sich ein enormer Wandel. Der Begriff »Digital Natives«, mit dem die heutige Mediengeneration oftmals bezeichnet wird, macht das deutlich: Kinder und Jugendliche wachsen selbstverständlich in eine Medienwelt hinein, die komplex, digital und hochgradig differenziert ist. Damit sind ein anderer Medienumgang, andere Gewohnheiten bei der Mediennutzung und andere Zugangsweisen verbunden, als sie sich bei früheren Generationen fanden. So spielt Mobilität heute eine große Rolle. Kinder und Jugendliche nutzen Medien ortsunabhängig. Portable Geräte und das Internet ermöglichen es, Filme und Fernsehsendungen überall anzusehen. Tragbare Konsolen erlauben es ihnen, elektronische Spiele an unterschiedlichen Orten aufzurufen und sich von dort aus in die virtuellen Abenteuer zu stürzen. Damit wird die Mediennutzung auch zeitlich flexibel. Von Sendezeiten und Programmvorgaben der Fernsehsender machen sich Heranwachsende gerne unabhängig. Bereits der DVD-Spieler hat den zeitlich selbstbestimmten Konsum von Filmen und Serien ermöglicht. Der Festplattenrekorder unterstützt die Entwicklung und trägt zur Flexibilisierung der Fernsehnut-

zung bei, die sich nun immer individueller in den Tagesablauf einfügt. Nicht selten führt eine solche »Veralltäglichung« dazu, dass Jugendliche mehrere Medien gleichzeitig nutzen und miteinander kombinieren: Während sie ihre Hausaufgaben am Computer erledigen, spielt Musik aus dem MP3-Player. Das TV-Programm wird per Handy mit Freunden diskutiert, das Radio läuft, während sie die neuesten Spiele am PC ausprobieren. Manchmal nutzen sie sogar zwei oder drei Bildschirme parallel. Wenn Sendungen zu langweilig werden oder Werbezeiten zu überbrücken sind, weichen sie über den Second Screen aus. Die Programmverantwortlichen reagieren bereits auf den Trend und richten ihre Angebote immer häufiger auf die gleichzeitige Nutzung mehrerer Bildschirme aus.

Die Beispiele zur Mediennutzung zeigen, in welchem Maße Medien den Alltag von Kindern und Jugendlichen durchdringen. Die enge Verzahnung von alltäglichem und medialem Handeln macht deutlich, dass Medien nicht getrennt von kindlichen Lebenswelten zu sehen sind, sondern stets als deren unmittelbarer Bestandteil gedacht werden müssen. Sie sind mit dem Alltag Heranwachsender, ihren relevanten Themen und Bedürfnissen verbunden und wesentliches Element ihres sozialen Handelns. Älteren Erwachsenen erscheint die multimediale Welt besonders von Jugendlichen mitunter gewöhnungsbedürftig. Sie selbst sind noch mit wenigen Medien aufgewachsen. Das Angebot der Fernsehsender war überschaubar, umschalten erforderte den Gang zum Gerät selbst, sodass der Wunsch nach neuen Inhalten schon einmal mit dem eigenen Bewegungsunmut kollidieren konnte. Das Telefon war mit einem Kabel versehen und keineswegs mobil, schon gar nicht als Navigationsgerät oder elektronischer Briefkasten brauchbar. Das Internet schließlich war unvorstellbar ebenso wie die Möglichkeit, Heizung, Backofen oder das Licht zu Hause per App über das Smartphone zu steuern. Ken Olson, Präsident und Gründer eines in den 90er Jahren weltweit führenden Computerunternehmens, wird für das Jahr 1977 die

Mutmaßung zugeschrieben, es gäbe keinen Grund, warum irgendjemand einen Computer in seinem Haus haben wollte, der all diese Dinge für ihn regelt. Tatsächlich kam es anders; der PC ist etabliert, und selbst das Smart-Home ist gegenwärtig keine Illusion mehr. Dass die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen älteren Generationen mitunter befremdlich anmutet, verwundert also nicht.

Aus dieser Verwunderung, mitunter auch der Unkenntnis darüber, entstehen Sorgen, die Eltern und Pädagogen unterschiedlich formulieren. Sie beziehen sich auf die Nutzungszeiten und die Befürchtung, Heranwachsende könnten zu viel Zeit mit Medien und zu wenig Zeit in der »realen« Welt verbringen. Dass sich diese Welten angesichts der oben geschilderten Szenarien nicht mehr trennen lassen, erschwert die Frage nach einer zeitlich angemessenen Mediennutzung. Zudem befürchten Eltern, ihre Kinder könnten durch einzelne Sendungen und Angebote Schaden nehmen. Welche Sendungen sollen sich junge Menschen ansehen, welche besser meiden? Stimmt es, dass mediale Gewalt aggressiv macht oder gar zu gewalttätigem Handeln führt? Und was mache ich, wenn mein Kind sich nach einer Sendung ängstigt und vielleicht sogar schlecht schläft? Die Internetnutzung wirft wieder andere Fragen auf: Wo surfen meine Kinder eigentlich im Netz? Wie motiviere ich sie zu einer gesunden Skepsis, wenn sie in Chats und Foren unterwegs sind? Warum sind Online-Spiele so beliebt? Ersetzen die virtuellen Freunde möglicherweise die realen? Dass die älteren Generationen bei der Handhabung neuer Medien ihren Wissensvorsprung einbüßen und häufig nicht mehr als Vermittler auftreten können, erschwert die Lage. Dabei ergeben sich vor allem für die pädagogisch institutionalisierten Formen der Medienbildung neue Anforderungen. War das hierarchisch organisierte Wissen bei früheren Lehrergenerationen noch offensichtlich, fällt es Pädagogen heute mitunter schwer, zumindest mit den technischen Neuerungen der vielfältig verzweigten Medienwelt