

Medienkinder von Geburt an

Zu einer interdisziplinären Fachtagung am 1. Dezember 2006 in München

Vera Linß



Der Markt für Kindermedien ist übervoll, und zwar in allen Sparten. Inzwischen aber – und das ist eine noch junge Entwicklung – werden die Blicke zunehmend gierig auf Kleinkinder und Säuglinge geworfen. Seit Dezember 2005 gibt es zum Beispiel Baby-TV in Deutschland, zu empfangen für 1,1 Millionen Haushalte bei Kabel Baden-Württemberg. Eine erstaunliche Entwicklung, wenn man bedenkt, dass vor nicht einmal 50 Jahren das Jugendschutzgesetz Kino und Fernsehen für Kinder unter 6 Jahren noch untersagte.

***Medienkinder von Geburt an – Wie gestalten wir das Leben unserer Kinder?* lautete entsprechend auch eine interdisziplinäre Fachtagung am 1. Dezember 2006 in München, auf der darüber diskutiert wurde, wie Kinder mit Medien umgehen und wie sie dabei unterstützt werden können.¹**

Ein Fazit vorab: Baby-TV, so waren sich die Teilnehmer der Diskussionsrunde am Ende der Tagung einig, ist „Unsinn“. „Wenn in so einer Runde mit so vielen Wissenschaftlern tatsächlich alle unisono sagen, dass man das vielleicht machen kann, Baby-TV am Ende aber keinen Sinn hat, dann ist das eine Erkenntnis, die ich gern mit nach Hause nehme“, kommentierte der Programmgeschäftsführer des Kinderkanals von ARD und ZDF, Frank Beckmann, freudig die seltene Einigkeit zwischen Wissenschaftlern, Praktikern und Medienwächtern.

Allerdings ist die Basis, auf der diese Einhelligkeit zustande kam, noch recht dünn. „Die Bedeutung der frühen Medienkontakte ist nur rudimentär geklärt“, hatte Prof. Dr. Helga Theunert, Wissenschaftliche Direktorin des Instituts für Medienpädagogik, in ihrem Vortrag eine weitere Erkenntnis der Tagung auf den Punkt gebracht. Und auch Frank Beckmann bedauerte: „Für die Vorschulkinder gibt es kaum große breite Forschungen, die einem erklären können: Was ist denn für sie gut?“

Das Kind und sein Startkapital

Entsprechend war es auch ein zentrales Anliegen der Konferenz, aufzuzeigen, *was bereits vorliegt* an Informationen über die frühe „Medienkindheit“ – aus der Perspektive der Entwicklungspsychologie, der Frühpädagogik, der Familienforschung und der Medienpädagogik. Der Entwicklungspsychologe Dr. Michael Charlton, Professor an der Universität Freiburg, referierte über „Das Kind und sein Startkapital“. Er beschrieb drei Fähigkeiten, die Voraussetzung dafür sind, dass Kleinkinder Medienangebote aufnehmen können: Symbole zu verstehen, sich in die innere Situation anderer hineinversetzen zu können sowie die Fähigkeit, Erzählungen zu rekonstruieren, die mehrere Handlungsträger und -folgen umfassen können.

Erste Ansätze dieser Fähigkeiten, so Charlton, bilden sich bereits zum Ende des ersten Lebensjahres heraus. Hier können Säuglinge schon mit selbsterdachten Gesten eigene Absichten ausdrücken – eine Symbolsprache, die jedoch nur für die Verständigung mit Bezugspersonen geeignet ist und im Rahmen der Massenkommunikation versagt. Die Fähigkeit, sich

in andere einzufühlen, entwickelt sich erst im Laufe des zweiten Lebensjahres, die Welt aus der Perspektive eines anderen zu *sehen*, lernen Kinder ab der Mitte des vierten Lebensjahres.

Mit Beginn des zweiten Lebensjahres lässt sich beobachten, dass Kinder Mediengeschichten nacherzählen. Dies geschieht häufig beim gemeinsamen Bilderbuchlesen von Eltern und Kind. Um Medienformate richtig identifizieren zu können, müssen die Kleinen aber mehr verstehen als das bloße Skript einer Geschichte. Sie müssen die kommunikative *Absicht* des Medienangebots erkennen. Im Falle von Fernsehwerbung gelingt dies mehrheitlich erst am Ende der Kindergartenzeit.

Michael Charlton unterstrich die Bedeutung des gemeinsamen Bilderbuchlesens für den Erwerb der Muttersprache und die Erweiterung des Symbolverständnisses. Anders als beim *bewegten Bild* im Film sind beliebig ausführliche Kommentare durch den Betrachter möglich, die Erläuterungen können durch Zeigegesten unterstützt werden. „Die individuellen Eltern-Kind-Dialoge und die Mediennutzung ergänzen sich in den ersten zwei bis drei Lebensjahren in ihrem fördernden Einfluss auf



Frank Beckmann,
Prof. Dr. Helga Theunert



Dr. Michael Charlton,
Dr. Gerd E. Schäfer

Anmerkung:

1

Die Tagung wurde organisiert vom Institut für Medienpädagogik in Zusammenarbeit mit dem DKHW, der BLM und dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

die kindliche Kompetenzentwicklung“, so der Entwicklungspsychologe. Drei Lernformen machte er aus, mit denen sich Kinder die Medien erschließen: Die erklärenden Elternkontakte beim Vorlesen werden abgelöst vom angeleiteten gemeinsamen Tun, z. B. beim Fernsehen in der Familie, um schließlich in das selbständige Entdeckungslernen überzugehen. Hierbei machen sich die Kinder zunehmend unabhängig von vertrauten Rezeptionssituationen. Sie können sich dann auf die Spielregeln einlassen, die die vorschulische und später schulische Mediennutzung bestimmen.

Das Kind im Bildungsprozess

Dr. Gerd E. Schäfer, Professor für Allgemeine Erziehungswissenschaft an der Universität Köln, beleuchtete das Phänomen der „Medienkindheit“ aus Sicht der Frühpädagogik. Er betonte, dass Kindern nicht zu früh die Welt medial nahe gebracht werden sollte. Erst müssten ausreichende Erfahrungen „aus erster Hand“ vorliegen. Laut Schäfer erfährt ein Kind Bildung „aus erster Hand“, solange es noch nicht in die symbolische Welt der Sprache eingetaucht ist. In dieser Phase „lernt es die Welt nur durch die

eigenen Erfahrungen in prozeduralen und in Ereignismustern kennen.“ Beherrscht das Kind erst einmal die Sprache, kann es sein Erlebtes teilen und auch von anderen deren Erfahrungen mitgeteilt bekommen. Diesen Vorgang bezeichnet Schäfer als Bildung „aus zweiter Hand“.

Medienerziehung in den frühen Lebensjahren sollte, so Schäfer, zuallererst den Kindern eine reiche Erfahrungswelt aus erster Hand ermöglichen, die sie in Ereignismustern ordnen und sich vorstellen, mit der sie spielen und über die sie Geschichten erzählen können. Dafür sollte man den Kindern auch Werkzeuge und Materialien aus der Welt des bildhaften Gestaltens, der Musik und des performativen Handelns zur Verfügung stellen, damit ihnen ermöglicht wird, ihre Erfahrungswelt zu denken, indem sie sie gestalten. Dies sieht Schäfer als eine wichtige Grundlage einer späteren, kritischen rezeptiven Medienerziehung an.

Der Umgang mit technischen Medien macht aus seiner Sicht erst Sinn, „wenn Kinder sie als Erweiterung ihres Gestaltungsspielraums begreifen können.“



Dr. Andreas Lange

Das Kind in der Familie

Dass – auch die technischen – Medien allerdings längst in den Familien und damit auch bei ganz kleinen Kindern angekommen sind, erläuterte Dr. Andreas Lange vom Deutschen Jugendinstitut München. Medien sind heute ein Bestandteil des organisierten Familienalltags. Da Eltern immer weniger sogenannten „nine-to-five-Jobs“ nachgehen, sich die Arbeitszeiten entgrenzen und fragmentieren, wandert ein Teil der Arbeit via Mobiltelefon und Laptop in die Familien hinein – was Kinder natürlich wahrnehmen.

Gleichzeitig werden Familienzeiten zu einem prekären Gut, dass es immer wieder zu erringen gilt. Nicht umsonst beschreibt der 7. Familienbericht des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Familie als eine „alltägliche Herstellungsleistung“. „Medienhandeln von Familien und Vorschulkindern darf nicht losgelöst betrachtet werden von den tiefgreifenden Veränderungen der Gesellschaft, die eine familiäre Lebensführung komplexer und anspruchsvoller machen“, lautete entsprechend auch eine zentrale These von Andreas Lange.

Gerade Eltern mit Vorschulkindern setzen Medien ein, um Abläufe unter Zeitnot zu managen und zu gewährleisten. Gleichzeitig wird damit aber auch Bildungs- und Medienarbeit in den Familien geleistet, so Lange. Dabei stehen Eltern vor einem grundlegenden Dilemma: Einerseits wollen sie ihren Kindern ein glückliches Leben im Hier und Jetzt ermöglichen und akzeptieren Individualität. Andererseits versuchen sie aber auch, das Kompetenzprofil ihrer Kinder systematisch zu fördern. Diese Abwägung zwischen „Glück im Hier und Jetzt“ und „Qualifikation für den zukünftigen

Arbeitsmarkt“ schafft Spannungsfelder, die sich auch auf das Medienhandeln auswirken. Wie genau, darüber gibt es nur wenige empirische Antworten. Inwieweit unterstützen Eltern den Medienkonsum kleiner Kinder, weil diese einfach Spaß damit haben? Wo hingegen lassen sie sich von Förderungsmotiven im Hinblick auf die spätere Wettbewerbsfähigkeit des Kindes leiten? Wie greift die Empörungsrhetorik der aktuellen Publizistik in den medialen Familienalltag ein? Dass die Forschung über diese Fragen so wenig weiß, bewertet Lange als ein Nadelöhr für Hilfeleistungen. Hier jedenfalls könnten Bildungsmaßnahmen *direkt* ansetzen.

Vor diesem Hintergrund stellte Andreas Lange – mangels vergleichbarer Studien aus dem deutschen Sprachraum – Forschungsergebnisse aus den angloamerikanischen Ländern über den Zusammenhang von alltäglicher Lebensführung und Medien vor. Untersucht wurden die medialen Praktiken von Vorschulkindern. Fernsehen, so stellte sich heraus, ist immer noch das dominierende Medium, wobei die Kinder körperlich rege am Programm teilnehmen. Das Skript wird nach einer Sendung oft mehrmals durchgespielt und dabei auch neu ausgestaltet. Attestiert wird dem Fernsehen auch eine positive Wirkung auf die Sprachentwicklung der Kinder. Diese Erkenntnisse reihen sich ein in einen kleinen Reigen ähnlicher Befunde, die herausarbeiten, dass ein großer Teil von Eltern in westlichen Gesellschaften den Medien eine vorteilhafte Wirkung zuschreibt. Sie betonen die positiven Impulse, die Kinder für ihre spielerische, soziale und kognitive Entwicklung erhalten. Oftmals trifft diese Sicht auf eine Öffentlichkeit, die Medien eher negativ beurteilt. Die Frage, die sich für Andreas Lange stellt, lautet demzufolge auch, „wie diese unterschiedlichen subjektiven Me-



dientheorien miteinander vermittelt werden können?“

Lange kritisierte, dass ein großer Teil des aufgeregten Diskurses um Vorschulkindern und Medien eine ideologische Funktion hat, denn er moralisiert Handeln und weist Eltern die Hauptschuld zu, wenn Defizite auftreten. Als Alternative wird dann ein restriktives Handeln empfohlen. Dabei, so der Familienforscher, steht der Umgang mit Medien in vielschichtiger Abhängigkeitsbeziehung zu außerfamiliärem Handeln. Daher sind kindliche Entwicklungsdefizite nicht allein den Medien zuzuschreiben. So bekommen junge Familien immer noch unzureichende Unterstützung in ihrer Alltagsbewältigung. Ein extensiver Umgang mit Medien kann die Ursache haben, dass die nähere soziale Umwelt den Familien wenig Alternativen bietet, während sozial bessergestellte Familien ihren Kindern müheloser andere Umweltsegmente erschließen können. „Gezielte Arbeit mit sozial schwachen Familien muss daher an der gesamten sozialen Lebensführung ansetzen“, forderte Andreas Lange.

0- bis 6-Jährige in der Medienpädagogik

Auch Prof. Dr. Helga Theunert vom Institut für Medienpädagogik betonte die *vielschichtigen* Ursachen für das Medienverhalten von Kindern. So ist der Entwicklungsstand des Kindes genauso entscheidend wie die Familienbedingungen, in denen es den Medien das erste Mal begegnet. Gibt es ältere Geschwister? Ist es ein Mehrgenerationenhaushalt? Wie gestalten sich der soziokulturelle Hintergrund, die ökonomischen Bedingungen und die ethnische Herkunft? Wichtig ist zudem der *Bildungsstand* der Eltern, denn er bestimmt entscheidend das familiäre Medienmilieu. Vielsehende Kinder, so die Faustregel, haben vielsehende Eltern. Darüber hinaus können pädagogische Einrichtungen eine Korrektur zum familiären Mediengebrauch darstellen.

Wie aber sieht der Prozess der Medienaneignung bei 0- bis 6-Jährigen konkret aus? Dass die Forschungslage darüber „alles andere als üppig“ ist, erklärte Theunert damit, dass die Nutzungsstruktur – wie oft jemand z. B. Fernsehen guckt und wie viele Geräte in einem Haushalt sind – erst für die ab 3-Jährigen erhoben wird. Qualitative Aspekte – die Wahr-



Kathrin Demmler

Eva Reichert-Garschhammer,
Dr. Wolfgang Bergmann

nehmung und Verarbeitung von Medieninhalten – sind für die bis 6-Jährigen so gut wie gar nicht untersucht. Diese Defizite lassen sich mit methodischen Schwierigkeiten erklären. Gerade kleine Kinder entziehen sich den üblichen sprachgebundenen Forschungsmethoden. Das wenige Material, das existiert, beruht auf Elternaussagen, die das Manko der sozialen Erwünschtheit haben.

Mittels dieser Forschungsbruchstücke und Erfahrungen medienpädagogischer Arbeit beschrieb Theunert drei Stufen auf dem Weg in ein eigenes Medienerleben von kleinen Kindern. Die erste Station besteht darin, Medien zu *registrieren*. Schon Säuglinge reagieren auf akustische und optische Reizquellen. In einer zweiten Station werden Medien *entdeckt*. Im Übergang zum Kindergartenalter beginnen die Kleinen, von der bloßen Reizquelle zu abstrahieren und Medien, z. B. den Kassettenrekorder, selbst zu bedienen. Auch das Medienverständnis entwickelt sich. Die Kinder nehmen inhaltliche Botschaften wahr und bemühen sich, diese zu begreifen. Auf einer dritten Stufe beginnen Kinder dann, Medien in den Alltag zu *integrieren*. Sie entwickeln Vorlieben. Die Medien werden zu einer regelmäßigen Freizeitbeschäftigung und dienen auch der Interpretation der Welt. Zwei Drittel aller 4- bis 5-Jährigen schauen täglich fern, 40 % der Altersgruppe haben ein Audiogerät, 10 % bereits einen eigenen Fernseher im Zimmer.

Medienpädagogische Praxis

Für die Medienerziehung formulierte Kathrin Demmler vom Institut für Medienpädagogik die aus ihrer Sicht aktuellen Handlungsnotwendigkeiten. Danach muss das Medienhandeln von Familien kontinuierlich untersucht und

müssen Eltern bei der Medienerziehung ihrer Kinder unterstützt werden. Fehlentwicklungen des Medienmarkts sollten öffentlich gemacht werden. Demmler forderte, Medienerziehung in pädagogischen Institutionen strukturell zu verankern sowie die Aus- und Weiterbildung für pädagogische Fachkräfte im Bereich Medien verbindlich zu machen. Medienpädagogische Konzepte müssten entwickelt und evaluiert werden. „Auch wenn viele vorliegen, ist die aktive medienpraktische Arbeit mit Kindern ein noch nicht so weit ausgebautes Feld“, so Demmler.

„Wir haben ein großes Defizit: Was heißt denn Medienbildung für Kinder von 0 bis 3?“, konstatierte auch entsprechend in der Abschlussdiskussion Eva Reichert-Garschhammer, die im Staatsinstitut für Frühpädagogik Bildungspläne für 0- bis 10-Jährige für den Freistaat Bayern entwickelt und implementiert. Medienbildung, so ihre Einschätzung, liege in der Kita auf der Wichtigkeitsskala ganz weit unten. Auch Eltern sähen Medienpädagogik in der Kita als sehr unwichtig an. „Nachdem das so ein Schattendasein führt, muss das wirklich jetzt ins Rampenlicht geführt werden.“

Allerdings ist die Unsicherheit groß, etwas falsch machen zu können bei der Medienerziehung – sowohl bei Eltern als auch bei Pädagogen. Der Kinder- und Jugendpsychologe Dr. Wolfgang Bergmann, Leiter des Instituts für Kinderpsychologie Hannover, fasste dies in dem Fazit zusammen: „So richtig wissen wir natürlich nur, dass wir fast auf nichts eine Antwort haben. Aber, richtig ist, dass es eine Art der Suche der Kinder nach erwachsener Bindung und Orientierung gibt. Wer einem Kind das Gefühl geben kann: Du bist was Besonderes und ich verkörpere hier eine Ordnung, in der du geborgen bist, der macht gute Pädagogik und muss vor Fernsehen keine Angst haben.“ Auch nicht vor Baby-TV. „Wir gehen mal in aller Hoffnung davon aus, dass in diesem Fall die abendländische Kultur hält und solche Sachen einfach ausgrenzt“, so Bergmann.

Vera Linß ist Medienjournalistin und arbeitet u. a. für den Rundfunk Berlin-Brandenburg (RBB).

