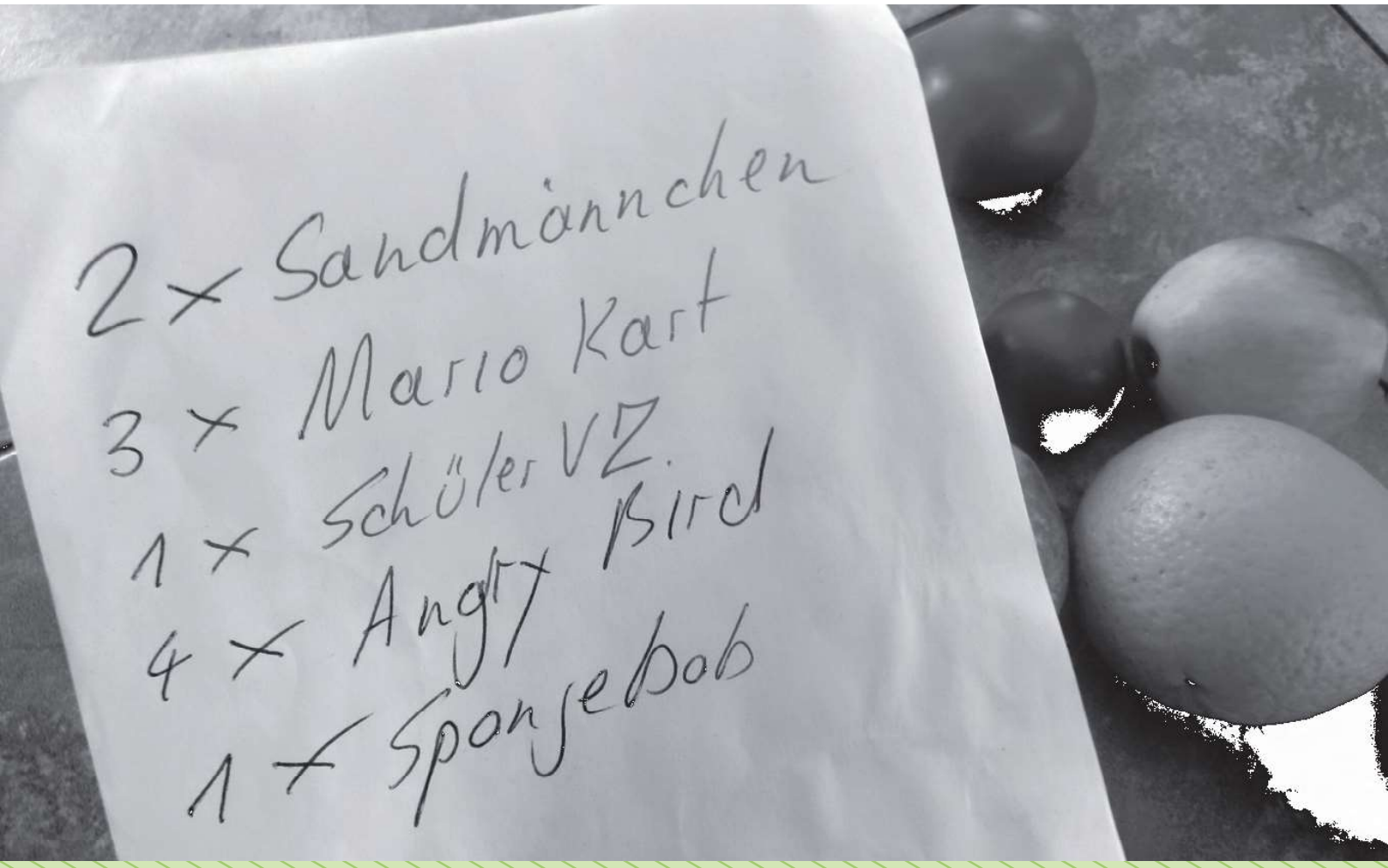


Keine Kalorien und keine Vitamine

WIE VIELE UND WELCHE MEDIEN TUN KINDERN GUT?

Von Gudrun Marci-Boehncke *Eltern wünschen sich klare Maßgaben, wie viel und wovon Kinder in Sachen Medien kosten sollen. Doch Medien sind weder Drogen noch Lebertran, machen nicht dick und auch nicht klug. Patentrezepte für einen „gesunden" Medienumgang gibt es nicht, zu groß sind die unterschiedlichen Persönlichkeiten, Lebensumstände und Geschmäcker in den Familien. Dennoch kann Medienerziehung natürlich gelingen, z.B. wenn Eltern sich selbst und ihr Kind genau in den Blick nehmen.*

ZUR MENGE

Wie viele Orangen täglich tun Kindern gut? Wie viel Nusscreme? Wie viel Bewegung? Wie viele Bücher? Spricht etwas gegen 50 Bücher? Na ja – kommt drauf an, was man damit macht! Bücher kann man zum Beispiel werfen – damit können andere gefährlich verletzt werden! Oder man nutzt sie zum Gewichtheben. Da können 50 viel zu viel sein. Man kann damit auch Türme bauen – dann sind sie völlig ungefährlich. Man kann sie aber gleichwertig durch Bauklötze ersetzen. Und übrigens wäre die tägliche Beschäftigung mit dem Telefonbuch für die intellektuelle Bildung gänzlich bedeutungslos.

Diese Beispiele sollen verdeutlichen, dass die Frage, wie viele und welche Medien Kindern guttun, so nicht einfach zu beantworten ist.

ZUR GÜTE

Fangen wir mal am Schluss an: Was heißt hier „guttun"? Ist „guttun" gleichzusetzen mit „nicht schädlich sein?" Was ist die „gute" Wirkung von Medien? Dass Kinder sich freuen? Dass sie in der Folge einer Medienhandlung etwas gelernt haben, besser können?

Wenn wir über wie viele und welche Medien reden – was meinen wir da? Besitz? Tägliche Nutzung? Wovon? Von Geräten? Wonach bemisst man Mediengebrauch? Diese Fragen sollen deutlich machen, dass diese Ausgangsfrage eben in der Form nicht zu beantworten ist.

Menschen können nur wenig Vitamin C täglich aufnehmen – 20 Orangen täglich sind nicht mehr gesund –, obwohl grundsätzlich Apfelsinen sehr wohl gesund sind. Drei sind vielleicht auch nicht schädlich, jedenfalls nicht für jeden. Aber was ist mit Kindern, die gegen Fruchtzucker allergisch sind? Bewegung ist gut, aber weder nachts im Wald allein noch in zu leichter oder zu schwerer Kleidung. Die Reihen ließen sich fortführen. Genuss ist etwas Gutes! Da darf es auch einmal eine Nusscreme sein – generell! Nur geschmacklose Gesundheitsnahrung bringt den Menschen um eine wichtige Lebensdimension! Was den Genuss bereitet, ist individuell! Da können Familien auch prägen – es muss keine Nusscreme sein –, aber dann ist es etwas anderes, was „besonders" ist.

ZUR DEFINITION

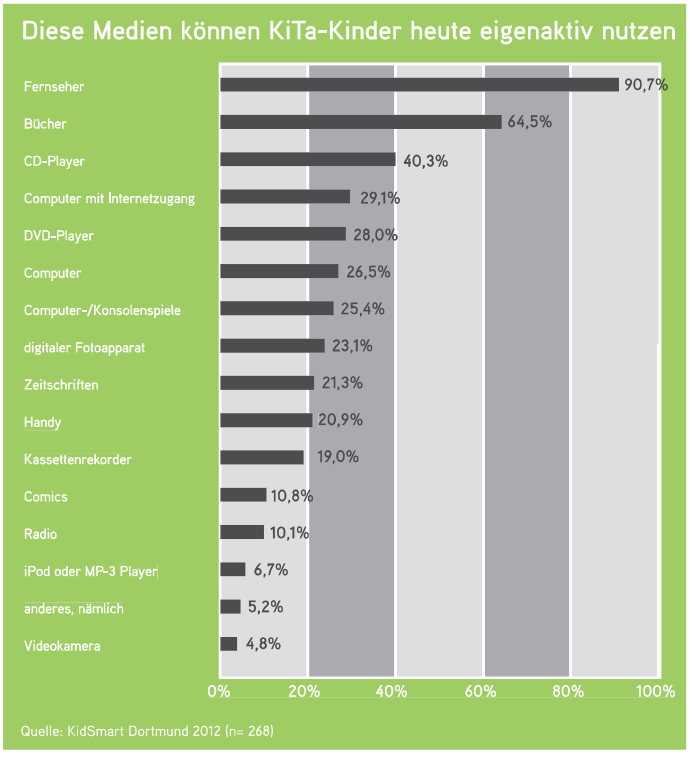
Nächste Frage: Was sind denn „Medien"? Reden wir von „Geräten"? Dieser technische Medienbegriff geht in seiner Differenzierung zurück auf Harry Pross[1], der die Medien danach unterschied, welche „Technik" sie brauchten: Primäre Medien sind diejenigen, bei denen keine Technik zur Herstellung und Vermittlung gebraucht wird – also etwa die gesprochene Botschaft, die Mimik und Gestik in der direkten Kommunikation. Als sekundäre Medien bezeichnet Pross diejenigen, bei denen auf der Seite des Produzenten „Technik" im Spiel ist: das Buch, die Zeitung und Zeitschrift, das Foto, das Orchester in der Oper. Der Leser, Hörer oder Betrachter braucht keine Geräte. Diese allerdings benötigt er zur Rezeption tertiärer Medien – wie dem TV, dem Radio oder dem E-Book. Als quartäre Medien würden dann analog zu Pross solche Medien verstanden werden können, bei denen die Rollen von Sendern und Empfängern wechseln können und jeder im Kommunikationsprozess weltweit Produzent und Rezipient sein kann – also bei der digitalen öffentlichen Kommunikation – ob über YOUTUBE, fanfiction oder Blogs und TWITTER. Aber ist damit das, was „Medien" ausmacht, hinreichend beschrieben? Nein – es geht auch um die Inhalte und die Machart! Der Schweizer Medienwissenschaftler Heinz Bonfadelli[2] differenziert den Medienbegriff deshalb noch weiter und unterscheidet eine technische, (wie Pross) eine semiotische und eine institutionelle Dimension von Medien. Die institutionelle Dimension betrifft die Verantwortlichen für die Medienherstellung und -distribution, die Verlage, Konzerne, sogar Vermittlungsinstanzen wie Büchereien. Die semiotische Dimension nimmt schließlich die individuelle „Machart" in den Blick – wozu Form und Inhalt gehören. All dies müssen wir beurteilen, wenn wir fragen: Wie viele und welche Medien tun Kindern gut?

ZUR REZEPTION

Aber das ist nur die „Angebotsseite" – jedes Kind ist anders. „Wat dem einen sin Uhl is dem andern sin Nachtigall" heißt ein rheinischer Spruch – für den einen Eule, dem anderen Nachtigall. Die Raupe Nimmersatt für Viertklässler ist ein Killer! Ein Lesemotivationskiller! Lebensweltlich völlig unpassend – für Zweijährige hingegen immer ein wunderschönes Buch, am besten als speichelresistente Pappversion im Kleinformat zum Selberlesen! Man muss Bücher eben kontext- und leseabhängig beurteilen. Gleiches gilt für TV-Sendungen, Computerspiele und Internetsurfen.

ZUR FRAGE

Viel interessanter scheint mir die Frage, warum es diese Frage überhaupt gibt. Bei den Orangen, der Nusscreme und der Bewegung wird diese Frage von Eltern nicht vergleichbar häufig gestellt und öffentlich diskutiert! Ein



Liebling der KiTa-Kids – die Abenteuer des Indianerjungen YAKARI

Grund könnte sein: Vor allem bei Medien fehlt die eigene Erfahrung! Die Entwicklung der Medienwelten verläuft heute so schnell, dass die Elterngeneration bereits der Entwicklung der Medienwelt der Kinder hinterher hinkt – heute immer noch sowohl technisch als auch inhaltlich. Heutige Eltern hatten in ihrer Kindheit noch kein SECOND LIFE, kein SCHÜLERVZ und YOUTUBE. Sie hatten auch in ihrer Grundschulzeit höchstens sehr ausnahmsweise Zugang zum Computer. Und die Handys kamen erst in den 1990er Jahren. Heute ist der PC flächendeckendes Medium in allen Familien, ebenso wie der Fernseher. Kinder mit vier Jahren können sogar nach Angabe ihrer Eltern zu 30% selbständig mit dem Computer inklusive Internet umgehen – auf dem Standgerät wie auf dem Handy, sie dürfen diese Geräte und Verbindungen nutzen und können dies in ihren Grenzen auch technisch.

Dies gilt für Jungen und Mädchen und auch über Kulturgrenzen hinweg für die Familien mit Zuwanderungsgeschichte. Andererseits nutzt die Elterngeneration heute meist selbst intensiv die neuen Medien – beruflich

PÄDAGOGISCHE ÜBERLEGUNGEN FÜR ELTERN

Auf Ihr Kind bezogen:

- Wie sozial agiert Ihr Kind generell? Hat es Freunde, spielt es mit ihnen auch anderes als Medienspiele?
- Kann Ihr Kind Erzählungen und Angeboten konzentriert folgen? Können Sie es interessieren und anregen auch ohne Medien?
- Was berichtet Ihr Kind über das, was es medial macht? Was macht ihm Spaß? Warum?
- Nutzt Ihr Kind vielfältige Angebote – ist es auch „aktiv"? Malt, bastelt, singt oder gestaltet es auch medial und konsumiert nicht nur?
- Wie intensiv beschäftigt es sich mit bestimmten Medieninhalten? Wie sehr bestimmen Medien sein Denken? Ist da Platz für anderes? Was bieten Sie ihm dazu aktiv an?
- Wie entwickelt sich Sprache und Bewegung des Kindes?
- Wie ehrlich gehen sie miteinander um? Haben Sie Gefahren erklärt und in einem stufenweisen Prozess Orientierungsleinen gelockert, Vertrauen etabliert?
- Ist Ihr Kind müde und unausgeglichen?
- Kann es „Pflichten" erkennen und priorisieren?
- Welche Entlastungsfunktion haben Medien für Ihr Kind – und wann ist es gut für Ihr Kind, diese zu nutzen? Musik bei den Hausaufgaben ist okay – TV und PC-Spiel nicht.

Und jetzt auf Sie bezogen:

- Was haben Sie unternommen, um Ihrem Kind Mediennutzung aktiv zu vermitteln?
- Sind Sie informiert darüber, was Ihr Kind mit wem wie lange und wie intensiv macht?
- Sprechen Sie mit Ihrem Kind regelmäßig – auch über seine medialen Aktivitäten?
- Haben Sie ihre Mediengeräte ggf. für die sichere Nutzung durch Ihre Kinder präpariert? (Zum Beispiel Benutzerkontendefinition eingestellt und Schutzfunktionen über den Browser im Netz aktiviert?)
- Wie bewusst „schenken" Sie Medien und medienbezogene Artikel? Warum?
- Gibt es Gründe, die Sie die Nutzung bestimmter Angebote für Ihr Kind einschränken lassen? Welche sind das? Plausibilisieren Sie sie inhaltlich? Nutzen Sie Medien nach Möglichkeit nicht pauschal als Erziehungsmittel. Es kann aber durchaus plausibel sein, eine TV-Sendung zu unterbinden, weil die Hausaufgaben noch nicht gemacht sind oder keine Zeit war, das Zimmer aufzuräumen. Zeigen Sie begründete Konsequenz! Und wenn eine Sendung Ihrer Meinung nach dem Kind nicht guttut, dann sagen Sie einfach „Nein" – auch ohne, dass Ihr Kind dies als Konsequenz für eigenes Verhalten erlebt. Diese Sendung ist nicht verhandelbar. Punkt.
- Kommunizieren Sie klare Regeln, die nach Möglichkeit inhaltlich dimensioniert sein sollten: Nicht eine Stunde TV, sondern eine Sendung oder „diese Sendung".
- „Let your hair down", sagen die Amerikaner: Etwas mehr Entspannung in Sachen Medienbildung! Lassen Sie sich nicht verrückt machen! Manchmal hängen sie Stunden vor ICQ oder SCHÜLERVZ – dann lesen sie den ganzen Tag oder nudeln ständig den gleichen Song. Und mit 16 spielen sie echt unsägliches Zeug! Wenn es die Menschenrechte nicht verletzt und die Kids sonst gut drauf sind, sozial und es in der Schule funktioniert: Dann sind sie auf dem richtigen Weg!
- Bleiben Sie dran! Und überlegen Sie, warum Sie etwas erlauben? Ob für das Kind oder für sich? Erziehung heißt, in Verantwortung für das Kind treten!
- Es gibt keine per se guten oder schlechten Medien. Mit Medien ist es wie mit allem: Das Maß ist entscheidend – und individuell. Haben Sie Mut zur eigenen Erziehungsverantwortung – und lassen Sie auch den Genuss zu!

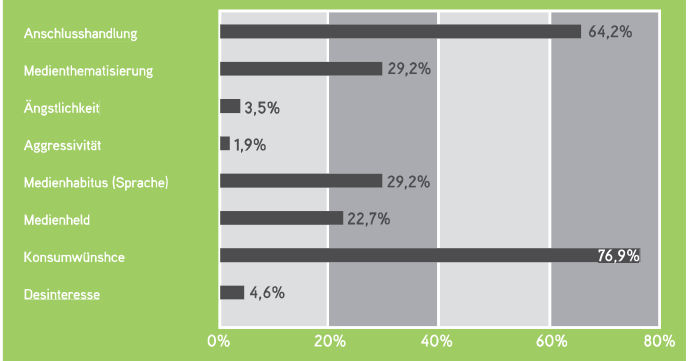
wie privat – und erlebt die Informationsflut auch für sich selbst. Die Medien ihrer Kinder sind da häufig nur aus den Augenwinkeln mit präsent. Denn natürlich ist es illusorisch, bei mehreren Kindern und einer eigenen Berufstätigkeit – und sogar ohne diese – jeden Mediengebrauch der Kinder in Menge und Inhalt mitzuteilen. Und das will auch kein Kind, denn Medien dienen auch der Abgrenzung von der Elterngeneration. Manche Sendungen machen keinen Spaß mit den Eltern auf dem Sofa! SCHÜLERVZ unter Beobachtung kann man auch bleiben lassen! Das ist genauso, wie unter den Augen und Ohren des Vaters mit der großen Liebe im Wohnzimmer zu telefonieren.

VORBILDER UND HELDEN

Nein, Medien wollen und sollen auch die Phantasie stimulieren, sie sollen und wollen Privatheit ermöglichen. Medien bieten im Positiven die Möglichkeit zur Individualisierung. Und die ist ein wichtiges Erziehungsziel, dahin wollen wir unsere Kinder begleiten. Dies geht nicht von heute auf morgen, denn an Freiheit muss man sich gewöhnen, den Spielraum muss man nutzen lernen! Es gibt nicht „den" guten Helden für alle, aber dass Vorbilder sinnvoll sind in der Entwicklung der Kinder, scheint unbestritten. Bedenklich ist es, dass die Vorbilder heute immer medialer werden. Die Menschen im privaten Umfeld scheinen für Kinder da immer mehr an Bedeutung zu verlieren, wie es auch die KIM-Studie verdeutlicht.[3]

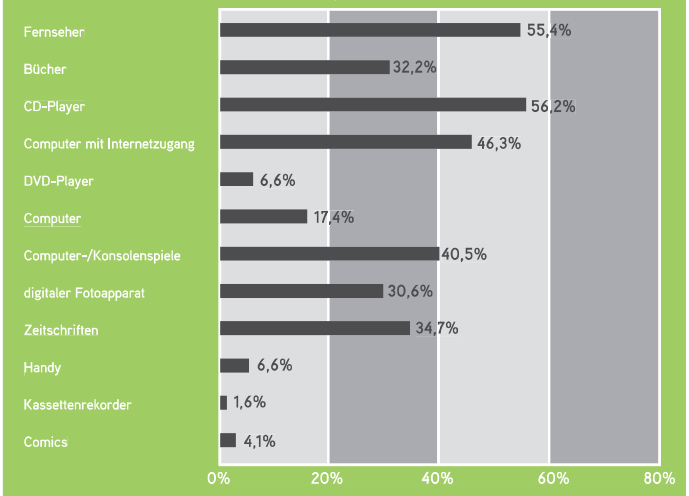
Kinder besitzen schon früh mediale Orientierungsfiguren – sie sind individuell und in der Gruppe der Gleichaltrigen in der Kita und Schule funktional. Über 65% der Vier- bis Fünfjährigen einer aktuellen Studie mit über 300 Kita-Kindern (KidSmart) besitzt heute bereits einen festen Medienhelden, der auch konvergent verfolgt wird und zu dem sich die Kinder weitere Produkte oder Medien wünschen. Ist der „angesagte" Held auf der Butterbrotdose, gehört man auch dazu! Das kann und sollte man kritisch sehen als Eltern – aber auch dafür gibt es keine „Maßzahl", die festlegt, wie viel Merchandising-Produkte ein Kind haben darf. Die Werbebranche spricht Kinder gezielt an – sie nutzt die Medien und die Bedürfnisse der Kinder, um ihren Profit zu erhöhen. Sie nutzen Heldenfiguren aus den Medien, um ihre Produkte zu verkaufen. Sie suggerierten damit natürlich, dass ihr Produkt bei der Aneignung der Eigenschaften hilft. Ja![4]

Beobachtete Medienreaktionen
Angaben von Eltern der vier- bis fünfjährigen KiTa-Kinder



Quelle: (Projekt KidSmart/Dortmund 2012) nach Aussage der Eltern (n= 260)

Was man über Medien in der Kita lernen sollte
Angaben von Eltern der vier- bis fünfjährigen KiTa-Kinder



Quelle: KidSmart Dortmund 2012 (n= 127)

VERANTWORTUNGSVOLL UND KRITISCH

Welches Auto fahren Sie? Welche Kleidung tragen Sie? Welches Handy haben Sie? Alles ***nur funktionale*** oder immer ***nur ökonomische*** Entscheidungen? Nirgendwo „Markenentscheidungen", die mit einem Image verbunden sind? Pädagogisch ist es wichtig, diese Beweggründe hinterfragen zu lernen – bei sich selbst und auch für die Kinder, dann ist man ihnen nicht mehr kritiklos ausgeliefert. Dann weiß man, dass das Auto auch eine Imageentscheidung ist, genau wie das Eis oder die Jeans. „Schmecken" und „Passen" und „Gefallen" ist häufig medial beeinflusst. Im Moment scheint das für Eltern pädagogisch noch nicht besonders im Fokus zu liegen – obwohl andererseits die Konsumwünsche der Kinder im Medienkontext für sie die wichtigste Anschlussreaktion auf Medien darstellen.

SICHERHEIT IM NETZ

www.webhelm.de
www.jugendschutz.net
www.surfen-ohne-risiko.net
www.datenschutz4school.de
www.schau-hin.info
www.ichimnetz.de
www.klicksafe.de
www.watchyourweb.de
www.datenparty.de
www.bundespruefstelle.de

Da wird bei Medienbildung in der Kita eher darauf geschaut, was „sicher" ist und was „Lernfortschritt" verspricht.

Sicherheit muss pädagogisch Priorität haben –, deshalb sollten sich auch Eltern immer wieder damit auseinandersetzen, was das bedeutet! Wie viele Kinder stellen munter und ohne elterliche Kontrolle die Urlaubsbilder, die sie mit dem eigenen Handy gemacht haben, auf FACEBOOK! Lustig, den Papa der Freundin der Tochter mal ganz privat zu sehen.... Ob der das auch findet? Nein, der weiß es gar nicht! Und das Bild hat die Tochter ja auch nur der Freundin geschickt! Dass es auch die Lehrerin auf der Seite sehen kann, die auch „Freundin" auf FACEBOOK ist, wissen weder Kind noch Vater! WEBHELM, KICKSAFE und andere Initiativen bieten hier genügend Informationen, wie Kindern die Sicherheit und Privatheit bewahrende Netznutzung vermittelt werden kann. Aber: Diese Vermittlung muss man auch leisten!

Kinder werden auf jeden Fall in die Medienwelt einbezogen – sie wachsen mit Medien auf, wie sie auch mit dem Stra-

ßenverkehr und unserer Wohlstandsgesellschaft aufwachsen. Alles hat Vor- und Nachteile! Die Nutzung verantwortungsvoll zu erlernen, erfordert aktive Auseinandersetzung – und zwar individuell! Mit den Medien ist es komplizierter als mit dem Straßenverkehr. Die Polizei als gesellschaftliches Kontrollorgan straft verkehrswidriges Verhalten ab – bei den Medien tut das niemand, es sei denn, man verletzt die Regeln zum Schaden eines anderen und der klagt! Weil man Urheberrechte verletzt hat oder öffentlich üble Nachrede betrieben hat. Die „roten Ampeln" müssen Eltern selbst definieren – und Regeln anpassen an ihr Kind und seinen Entwicklungsstand.

MEDIEN ALS BILDUNGSCHANCE...

Medien – gerade die digitalen – ermöglichen heute wunderbare Gestaltungsmöglichkeiten! Die sind viel anspruchsvoller und motivierender als nur immer ein Bild mit Kreide zu malen. Buntstifte sind nicht die besseren Medien. Bücher auch nicht. Es gibt viel Schrott zwischen zwei Pappdeckeln! Je vielfältiger Kinder heute Medien benutzen können, desto besser sind sie auf ihr späteres Leben vorbereitet. Sie sollen die Möglichkeit bekommen, „medial am Ball" zu bleiben. Dazu muss man nicht jede Mode mitmachen und der Erste sein, der ein teures Handy der Marke XY hat. Aber ausschließlich Bücher lesende Eremiten haben keinen moralischen Vorteil auf ihrer Seite! Aufgabe der Bildung und Erziehung im Kindes- und Jugendalter ist es, dem Kind die Anpassung an seine Lebenswelt sicher zu ermöglichen. Dazu muss man die Lebenswelt selbst und ihre Entwicklung betrachten und – soweit man kann und will – diese als Eltern sich auch mit erschließen. Man muss akzeptieren, dass man nicht alles wissen kann und wissen muss, aber man sollte durch aktive Auseinandersetzung damit in der Familie zeigen, dass man darauf bedacht ist, dass es einem wichtig ist. Damit schafft man „Wertvorstellungen". Nicht die eine Entscheidung des So-Und-Nicht-Anders kann die Empfehlung für Eltern sein, sondern ganz „aufklärerisch" die stetige Beschäftigung und Auseinandersetzung mit dem Leben und Wirken des eigenen Kindes und die Suche danach, was „das Beste" für es in der gegenwärtigen Phase seiner Entwicklung ist. Das Kind hat dazu immer auch eine Meinung, die es abzuwägen gilt und zu hinterfragen. Natürlich dürfen „andere Kinder" immer viel mehr. Medien sind kein Heilmittel für soziale Gruppenfindung. Aber nicht jedes Kind hat die Persönlichkeit zum starken Einzelgänger.

AUTORIN
PROF. DR. GUDRUN MARCI-BOEHNCKE
LEHRT AN DER TU DORTMUND UND LEITET DORT DIE FORSCHUNGSSTELLE JUGEND – MEDIEN – BILDUNG

...UND VERPFLICHTUNG

Medienbildung fordert von den Eltern, das Kind und seine Lebenswelt aktiv zu beobachten und Entscheidungen zu treffen und durchzusetzen, die ggf. auch der eigenen Lebenswelt entgegen stehen. Das geht ja auch in anderen Bereichen! Nicht alles, was die Erwachsenen tun, essen, trinken ist kindgerecht! Erziehung fordert Differenzierung – dies gilt als Anforderung für die öffentlichen Bildungsinstitutionen, aber auch im eigenen Haus. Das Kind genau beobachten, nicht nur den eigenen Maßstab anlegen, sondern auch die Perspektive des Kindes einnehmen, ist wichtig, um Kinder in ihrer Entwicklung zu fördern. Ihnen als Eltern muss die Geschichte im TV nicht „gefallen", aber schadet sie ihrem Kind? Schadet sie anderen? Medien sind kein Lebertran – sie müssen nicht nur „messbaren Lernfortschritt" bringen, sie dürfen auch Genussfunktion haben. Medien machen nicht dick und sie machen nicht klug. Medien „wirken" nur im Zusammenspiel vieler Faktoren: Sie dürfen leicht überfordern – wie Bücher auch! Dadurch erreicht man die „Stufe der nächsten Entwicklung"[5]. Aber eben nicht zu viel. Medien sind nicht nur Geräte, sondern immer auch Inhalte. Und auch dafür gilt: Es kommt auf die Situation an und auf das Kind. Meine Kinder haben alle Harry-Potter-Filme geschaut – sie sind damit aufgewachsen, und ich habe sie mit ins Kino genommen, obwohl sie noch keine 12 Jahre alt waren. Das ist aber kein Argument für Ihre Kinder! Eine entschiedene und ausgewogene Pädagogik ist angesagt: Jede Familie sollte sich aktiv damit beschäftigen, was für Ihr Kind gut ist und was nicht. Patentrezepte sind immer unpassend.

Zu aufregend für das Kind? Sie entscheiden, ob HARRY POTTER ihm gut tut.

LITERATUR
1. Pross, Harry: Medienforschung. Film. Funk. Presse. Fernsehen. Carl Habel Verlagsbuchhandlung. Darmstadt 1972
2. Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz: UVK 2002: UVK
3. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM 2003 www.mpfs.de/fileadmin/Studien/KIM03.pdf; KIM 2010 URL: www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf10/KIM2010.pdf
4. Vgl Elements of Arts-Studie 2011: Emotionalisierung im Internet. URL: www.eoa.de/Agentur/EoAStudie/tabid/470/Default.aspx_Zugriff 01.06.2012
5. Wygotski, Lew (1987): Ausgewählte Schriften. Band 2. Arbeiten zur psychischen Entwicklung der Persönlichkeit. Köln: Pahl-Rugenstein

MedienConcret bietet Pädagogen, Eltern und Medieninteressierten ein lebendiges, praxisnahes und fachlich inspirierendes Forum der Medienpädagogik – jeweils zu einem aktuellen Thema. Die aktuelle Ausgabe KINDER UND MEDIEN sondiert die heutigen Kindermedienwelten unter der Fragestellung, wie Erwachsene in den unterschiedlichen Erziehungsbereichen den Nachwuchs im Hinblick auf ein gelingendes Aufwachsen mit Medien unterstützen können. Was klicken, gucken und spielen Kinder heute? Wie erleben Mädchen und Jungen die Medien? Wie können Eltern und Pädagogen ihre Medienerziehung so ausrichten, dass aktuelle Entwicklungen chancenorientiert genutzt, aber auch Risiken erkannt und begrenzt werden? Das Heft bietet Eltern Orientierung und Erziehungstipps; Pädagogen in Schule, KiTa und Jugendarbeit finden hier jede Menge „best practice“, frische Ideen und Materialien für die Praxis.

jfc Medien · Kultur · Perspektiven

KJF Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland

Gefördert vom
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend

medienconcret

medienconcret

KINDER UND MEDIEN „PÄDAGOGISCH WERTVOLL“ AUFWACHSEN IN DER MEDIENWELT? 1-2013

Kinder und Medien

4 192371 107009 01

medienconcret

MAGAZIN FÜR DIE PÄDAGOGISCHE PRAXIS
Heft 1.13// 7,00 Euro

Kinder und Medien

„PÄDAGOGISCH WERTVOLL“ AUFWACHSEN IN DER MEDIENWELT

CHANCEN NUTZEN – RISIKEN ERKENNEN

▸▸ Aktuelle Entwicklungen und Trends ▸▸ FRÜH ÜBT SICH Kreative Qualität statt medialer Diät ▸▸ SERVICE Kurzportaits aus der pädagogischen Praxis, Tipps zur Medienerziehung, empfehlenswerte Websites, Apps und Filme

Foto: Darren Baker

EDITORIAL

Impressum

Herausgeber:
jfc Medienzentrum
Hansaring 84-86, 50670 Köln
Fon 0221-13056150, Fax 0221-130561599,
info@jfc.info, www.jfc.info

Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland,
Küppelstein 34, 42857 Remscheid,
Fon 02191-794233, Fax 02191-794230,
info@kjf.de, www.kjf.de

Redaktion: Sabine Sonnenschein, jfc Medienzentrum;
sonnenschein@medienconcret.de
Mitarbeit: Ariane Kümpel, KJF
www.medienconcret.de

Grafik: Alessandro Riggio, Köln

Korrektur: Sabine Breitbach

Autoren: Stefan Aufenanger, Werner C. Barg, Ilona Cwielong, Daniel Dathe, Christian Exner, Christine Feil, Sandra Fleischer, Michael Gurt, Jochen Hettinger, Kai Hugger, Sven Jöckel, Verena Kratzer, Nadia Kutscher, Klaus Lutz, Gudrun Marci-Boehncke, Ulrike Mietzner, Gunter Neubauer, Hans-Jürgen Palme, Ida Pöttinger, Franz Josef Röll, Renate Röllecke, Barbara Sichtermann, Gerda Sieben, Heiko Walter, Petra Wonsowitz

Bildnachweise: Titelbild: Tatjana Gladskikh; S.4 o.: TF28tfaltings, u.: ImAVeronica; S.9: Andrej Porochnenko/ fotolia; S.17, 18 Gamescom; S.19: sezzles; S.21: Warner Bros.; S. 22, S. 23 o./u.: SuperRTL; S.24 u. RTL; S.24 o.: ZDF/Chakki Chung; S.25: ZDF /G. Knorr; S.26, l.: G+J Entertainment Media/Majestic, m.: Delphi Film, r.: Warner; S.28: Ascot Elite; S.29: Drei Freunde; S.30 o.: Senator Film, u.: X-Verleih; S.31: Zorro Film; S.32: Universal Pictures; S.34: Constantin; S.35: Universum; S.36:Warner Bros.; S.42: Columbia; S.44: disney/ SuperRTL; S. 45 Martin Lindstrom; S.46 l.: Nick u. r. RTL II; S.47: ProSieben; S.48 Sat1, S.50 l.: bikl.de, r. Flimmerkiste S.70; S. 51: u.Noam Armonn, o.: ORB; S.52: Ryantron; S. 54 u.: National Archives and Records Adminstration; S.56: Alex Bruda; S.58: Ki.KA/Storimages; S. 60 Warner; S. 68 o: crazy80frog/dreamtime, u: Nationaal Archief; S.85 Medienstelle Augsburg, S.91:ddpimages

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Der Abdruck von Beiträgen und Bildern bedarf der Einwilligung der Redaktion.

Das Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland wird gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Das jfc Medienzentrum wird gefördert durch das Ministerium für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen und durch die Stadt Köln.

MedienConcret erscheint in unregelmäßigen Abständen, Einzelheft € 7, Abonnement mit 4 Ausgaben unabhängig vom Kalenderjahr € 20 (jeweils zzgl. Porto).

Erschienen: Dezember 2012
ISSN: 0931 – 9808

„Ich bin bereit! Ich bin bereit!“, Spongebobs fröhliches Lied kennt jedes Kind. Während Nachwuchs und Marketingmanager angesichts populärer Fernsehstars wie dem schräg-anarchischen Schwammkopf noch immer gleichermaßen in Verzückung geraten, fragen sich viele Eltern und Pädagogen entsetzt, ob solche Vorbilder für die kindliche Entwicklung taugen. Doch das Fernsehen mit seinen Kinderhelden hat in der Gunst der Kinder längst Konkurrenz bekommen. Mobile Geräte sind ebenfalls bereit – und zwar jederzeit: Konsolen, aber auch iPads, Tablets oder Smartphones sind die neuen Verheißungsmaschinen in der weiten Welt medialer Verlockungen. Schon Kleinkinder lieben den Touchscreen, so beginnt Mediennutzung heute immer früher; die Medienwelt wird immer komplexer, kommerzieller, individueller, interaktiver, diskreter. In rasanten Zeiten stetig neuer Medienentwicklungen gilt es, den Überblick zu behalten und die grundsätzlich positive Haltung nicht zu verlieren, dass das Aufwachsen in der heutigen Medienwelt dennoch gelingen kann.

Sind Sie bereit, sich auf eine Medienerziehung einzulassen, die aktuelle Entwicklungen chancenorientiert im Blick hält, aber auch Risiken erkennt und ihnen Rechnung trägt? Oder gehören Sie zu den Medienskeptikern, für die „Natürlichkeit“ per se das bessere Erziehungsgebot ist? Kinder jedenfalls nutzen Medien heute sehr vielfältig: Sie sind Reibungsflächen für die Entwicklung ihrer – auch geschlechtlichen – Identität, sie dienen der Kommunikation, dem persönlichen Ausdruck und sind Quellen formellen und informellen Lernens. Die Welt ist für viele Kinder höchst kompliziert geworden: Die Anforderungen in der Schule steigen beispielsweise, und der „sichere“ Sozialraum Familie erfährt seine Wandlungen durch neue Familienkonstellationen oder die Berufstätigkeit beider Elternteile. Games, Serien oder Apps haben deshalb für Kinder eine entlastende Funktion – Anschalten zum Abschalten, wie für uns Erwachsenen übrigens auch. Aber Medien können auch Orte der Erkenntnis sein, an denen Kinder vielfältige Erfahrungen machen. Sie bieten enorme Bildungschancen, machen Inhalte anschaulicher, abwechslungsreicher, interaktiver. Und sie können das Miteinander befördern jenseits virtueller Chats: Beim gemeinsamen Gaming, „Fachsimpeln“ über die Lieblingsserie oder bei einer GPS-Tour entdecken Sie neue Seiten bei den Kinder und bei sich selbst.

Kinder müssen heute mit Medien leben lernen – dies gelingt ihnen besser, wenn sie in Eltern und Pädagogen kompetente Ansprechpartner finden, die problematische Inhalte mit ihnen bearbeiten und sie dabei unterstützen, Selektionsvermögen und eine kritisch-kreative Kompetenz im Umgang mit den Medien zu entwickeln. Bei aller Medienbegeisterung gilt es jedoch vor allem auch, Grenzen zu setzen. Natürlich tut ein Übermaß an nicht kindgerechten Filmen, Websites oder Spielen Kindern nicht gut! Das richtig Einschalten ist heute eine Basisqualifikation, aber in unserer schnelllebigen, hektischen Medienwelt gewinnt eine weitere Fähigkeit immer mehr an Bedeutung: einfach mal abschalten zu können.

Sabine Sonnenschein
Redaktion