

einzelne Untersuchungen, eine echte „Perspektive der Kinder“ zu schaffen. Erste Untersuchungen von Kindern mit Kindern könnten in Zukunft folgen.

LITERATUR

1. Schacter, D.L. (2001): Wir sind Erinnerung. Gedächtnis und Persönlichkeit. Hamburg: Rowohlt, S. 212.
Vgl. Paus-Haase, I. (2000): Medienrezeptionsforschung mit Kindern – Prämissen und Vorgehensweisen. Das Modell der Triangulation. In: Paus-Haase, I./Schorb, B. (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch. München: Kopäd.
2. Vgl. Zinnecker, J. (1999): Forschen für Kinder – Forschen mit Kindern – Kinderforschung. In: Honig, M.-S./Lange, A./Leu, H. R. (Hrsg.): Aus der Perspektive von Kindern? Zur Methodologie der Kindheitsforschung. Weinheim/München: Juventa.
3. Vgl. u. a. Lipski, J. (2000): Zur Verlässlichkeit der Angaben von Kindern bei standardisierten Befragungen. In: Heinzel, F. (Hrsg.): Methoden der Kindheitsforschung. Ein Überblick über Forschungszugänge zur kindlichen Perspektive. Weinheim/München: Juventa. S. 77-86.
4. Stecher, L./Maschke, S. (2011): Die quantitative Kindheitsforschung als Beitrag zur Vermessung der Kindheit. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 6. Jahrgang, Heft 3, Leverkusen: Budrich Verlag. S. 281-298.
5. Vgl. Tag, M. (2009): Ungleiche Kindheiten aus globaler Perspektive. In: Diskurs Kindheits- und Jugendforschung, 4. Jahrgang, Heft 4, Leverkusen: Budrich Verlag. S. 478-486.

AUTOREN PROF. DR. KAI-UWE HUGGER

LEHRT IM FACHBEREICH MEDIENPÄDAGOGIK UND MEDIENDIDAKTIK AN DER UNIVERSITÄT ZU KÖLN UND LEITET DIE STUDIE KIDS MOBILE GAMING;

DIPL. PÄD. ILONA ANDREA CWIELONG UND DIE DIPL. JOUR. VERENA KRATZER

SIND WISSENSCHAFTLICHE MITARBEITERINNEN IM FACHBEREICH UND FÜHRTEN DAS FORSCHUNGSPROJEKT DURCH.



FORSCHUNGSPROJEKT: KIDS MOBILE GAMING

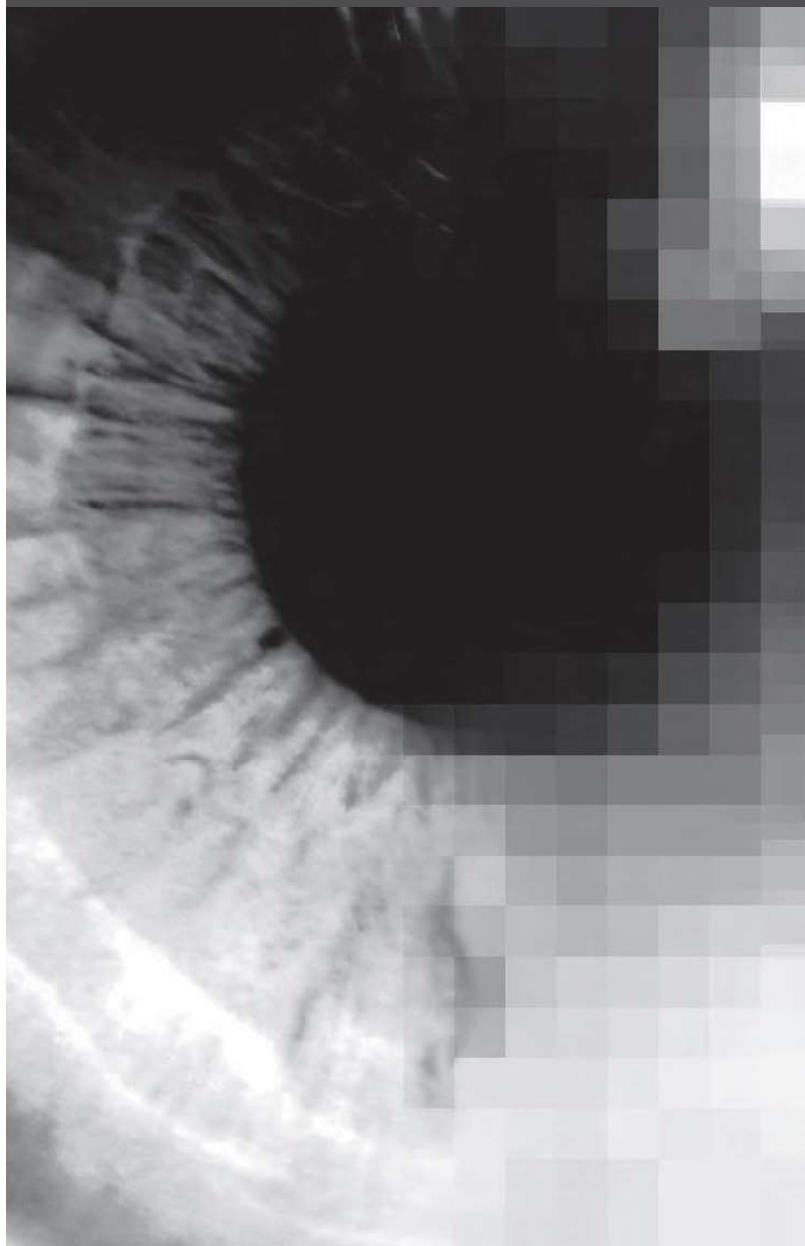
Die neue Generation mobiler Spielkonsolen sowie Smartphones, Multi-Mediaplayer und Tablets erobern derzeit den Markt. Kinder spielen nahezu an jedem Ort, unabhängig von pädagogischen Kontrollinstanzen. Eine Vielzahl an altersgruppenspezifischen Spielen für mobile Geräte drängen auf den Markt.

Das Forschungsprojekt „Kids Mobile Gaming“ nimmt sich dieser neuen Entwicklungen an und betritt Neuland in einem wichtigen, für Mediensozialisation zunehmend relevanten Arbeitsfeld. Im Mittelpunkt des Pilotprojekts stehen Bedeutung, Nutzung und Verarbeitung von Computerspielen auf mobilen Endgeräten bei Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren im Rahmen ihrer alltäglichen Lebensführung. Im Oktober und November 2011 wurde eine Befragung von ca. 500 Kölner Schülerinnen und Schülern in halbstündigen Interviews sowie eine schriftliche Befragung der Eltern durchgeführt. Von Ende April bis Anfang Juli 2012 wurden in Einzelinterviews mit Schülern zudem tiefer greifende Daten gesammelt. Das Forschungsvorhaben ist ein Gemeinschaftsprojekt der Universität zu Köln und der Fachhochschule Köln, gefördert von der RheinEnergieStiftung Jugend/Beruf/Wissenschaft.

Die ersten Ergebnisse des Projekts „Kids Mobile Gaming“ der Universität zu Köln und FH Köln werden voraussichtlich im Frühjahr 2013 erscheinen.

Blick zurück nach vorn

ELF STATEMENTS ZUM WANDEL KINDLICHER MEDIENWELTEN



Kennen Sie noch das Testbild nach Sendeschluss oder die TV-Samstagshighlights wie Daktari oder Wünsch dir was? Oder gehören Sie schon zur Mediengeneration, die mit kommerziellen TV-Sendern, C64 und Gameboy groß geworden ist? Die Medienwelt hat sich rasant gewandelt; die Mediensozialisation der „Digital Natives“ und „Digital Immigrants“ unterscheidet sich fundamental. Ältere denken gerne mit wohliger Nostalgie an die Medienwelten ihrer Kindheit zurück – aber war früher alles besser? Wir baten elf Fachleute aus verschiedenen Berufssparten, die Medienkindheit heute vor ihrem ganz eigenen Erfahrungshorizont einschätzen. Auch wenn vieles nervt und einiges Sorgen bereitet, sehen alle Beteiligten die gravierenden Vorteile unserer Medienzeit, aber auch die Notwendigkeit, Kinder und Jugendliche gut darauf vorzubereiten.

VOM HÖHEPUNKT ZUM MÜTTERLICHEN NETZ

Stephan Grünewald, Psychologe, Managing Partner bei Rheingold, Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen



In meiner Kindheit versprachen Medien die Flucht aus einem monotonen Alltag. Von der Schule kehrte ich erst nach 17 Uhr nach Hause und ich freute mich unbändig über die Zeichentrickserie um 18 Uhr. Der Sonntag mit seinen Verwandtenbesuchen fand seine Aufgipfelung, wenn die Jungs von **Bonanza** einritten. Am Samstagnachmittag klebte ich gebannt

vor dem Radio, wenn ich nicht ins Stadion durfte. Mit zwölf Jahren startete ich dann meine persönliche Samstag-Revolution. Ich wechselte von **Raumschiff Enterprise** zur **Sportschau**. Morgens suchte ich in der Zeitung fieberhaft nach Neuigkeiten über Borussia Mönchengladbach.

Auch meine vier Kinder freuen sich über eine Vorabendserie, aber meist ist ihr Alltag so mit Terminen vollgestopft, dass die Serie vergessen wird. Die Medien sorgen heute nicht für die Höhepunkte, sondern für die Stabilität im Alltag. Sie versprechen durch ihre Dauerverfügbarkeit Konstanz und Verlässlichkeit. Wenn ich am Wochenende aufstehe, sind die jüngeren Kinder schon wach und haben die Stille mit dem Nintendo gefüllt. Das iPad meiner Frau liegt meist in der Küche, und die Kinder vertreiben mit den abrufbaren Spielen sogleich das Gespenst der Langeweile. Die Fußballvollversorgung ist auch garantiert, da Papa via Sky jedes Gladbachspiel verfolgt. Das Handy fungiert als Nabelschnur zum Freundeskreis. Für meinen 18jährigen Sohn ist **FACEBOOK** der Zugang zu einer weltweiten Brüder- und Schwestergemeinde, die sich ständig in ihren kurzen Hirtenbriefen zupostet. In einer immer brüchigeren Welt kann man so zumindest jederzeit kontrollieren, was die Liebsten gerade treiben. Die Medien knüpfen daher ein omnipräsentes mütterliches Netz: Sie spenden jederzeit das tröstlich-bergende Gefühl von bedingungsloser Zufuhr und Anbindung. Sie sind unverzichtbar, aber auch unspektakulär geworden.



Und dann wieder warten aufs SANDMÄNNCHEN.

WARTEN IM TAL DER AHNUNGSLOSEN

Dr. Eva Bürgermeister, Kunsthistorikerin, Leiterin im Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland



Ich kann mich gut daran erinnern, wie mein Großvater abends dicht vor einem monströsen, knisternden Radio saß und hoch konzentriert irgendwelchen Worten und Tönen lauschte, die ich gar nicht verstand. Das Ganze war höchst geheimnisvoll, ja regelrecht geheim. Geredet wurde darüber nicht – oder nur hinter vorgehaltener Hand –, und wir Kinder hatten uns

in diesen zehn Minuten so leise wie möglich zu verhalten. Mit meinen Eltern und Geschwistern war ich wie jedes Jahr in den 60er Jahren in Dresden, für vier Wochen in einer anderen Welt, zu Gast im „Tal der Ahnungslosen“. Diese Gegend im Elbtalkessel rund um Dresden erhielt in der DDR diese satirische Bezeichnung, weil sie im Unterschied zum Rest des Landes nämlich trotz aller Bemühungen seitens der Bevölkerung und spektakulärster riesiger Antennenkonstruktionen keine Fernseh- oder UKW-Radioübertragungen aus der BRD empfangen konnte. Und mein Großvater versuchte über Mittel- oder Langwelle, die englischsprachigen Nachrichten der BBC zu hören, um ein wenig an der großen weiten, ach so entfernten Welt teilhaben zu können.

Das interessierte uns Kinder natürlich damals weniger. Wir warteten auf unsere kurzen eigenen Fernseheinheiten in der DDR – **Sandmännchen** mit Pittiplatsch und Schnatterinchen. Da es bis zu meinem zwölften Lebensjahr in Essen zuhause im Westen gar keinen Fernseher gab, waren diese kurzen Medienmomente ein großes Ereignis für mich, das ich in dieser Selbstverständlichkeit und Alltäglichkeit nur in Dresden hatte. Das Prinzip des Wartens auf Medienangebote – im Westen dann auf die nächsten Folgen der Lieblingsserie (z. B. **Lassie** und **Bezaubernde Jeannie**), verbunden mit der erwartungsvollen Vorfreude auf die neue Folge für ganze sieben Tage (!) – ist dank der Allgegenwart der Medien heute kaum noch vorstellbar.

Medien waren in meiner Kindheit immer ein besonderes Ereignis. Diesen Verlust des Besonderen, diesen Genuss, der sich erst nach einer langen Phase des geduldigen, sehnsüchtigen Wartens einzustellen ver-

mag, wird mancher bedauerlich finden. Ganz und gar nicht bedauerlich aber ist der Gewinn an Breite und Tiefe von jederzeit und (fast) überall zur Verfügung stehenden Informationen und zumindest medial ermöglichter Teilhabe an Ereignissen rund um die Welt, längst natürlich auch im ehemaligen Tal der Ahnungslosen.

FLUCH UND SEGEN

Prof. Hans Joachim von Gottberg, Geschäftsführung Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und Honorarprofessor an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf



Wenn ich meine persönliche Medienerfahrung als Kind in den 1950er und 1960er Jahren mit der Situation heutiger Heranwachsender vergleiche, so ist allen Pessimisten zum Trotz vieles besser geworden. Die Inhalte von Fernseh- und Radiosendern sind ungeheuer vielfältig und in der Regel über Satellit oder das Internet weltweit verfügbar. Über Internettelefon, E-Mail oder soziale

Netzwerke kann man dienstlich und privat fast überall in der Welt so kommunizieren, als wäre ich im Büro oder zu Hause, und das zu überschaubaren Preisen. Kinder sind nach meiner Erfahrung mit ungefähr zehn Jahren schon recht kompetent im Umgang mit den Medien, sie gehen entspannt mit der Technik um und beherrschen durch virale Kommunikation die rasante Entwicklung der Angebote viel schneller als Erwachsene. Von meinem eigenen Lebensgefühl, und das gilt auch in Bezug auf die Erfahrungen mit meinen Kindern, ist die moderne Medienentwicklung eindeutig ein Segen. In meinem Arbeitsleben sind die über das Netz nahezu kostenlos verfügbaren Informationen und Hinweise kaum noch wegzudenken.

Aber wo Licht ist, findet sich auch Schatten. Man muss schon genau wissen, was man sucht, um nicht im Nirwana der unendlichen Inhalte und Informationen zu versinken. Einer der wichtigsten Aspekte eines medienkompetenten Menschen ist die Fähigkeit, die Medien einfach auch mal abschalten zu können. Es ist gut, dass wir über Handy, FACEBOOK oder E-Mail jederzeit mit jedem kommunizieren können, aber mancher von uns leidet schon unter Minderwertigkeitsgefühlen, wenn er mal einen Tag keine Mail erhält oder das Handy nicht klingelt. Wenn die medial vermittelte Welt wichtiger wird als die reale, sollte man spätestens den Stecker ziehen.

PUH!

Anke Engelke, Komikern, Moderatorin, Schauspielerin



Puh, wenn wir jetzt wieder seitenweise tonnen-schwer über die „Medienwelt heute und früher“ reden, wenn wir alle Experten spielen und Schlawmeier in Sachen Medienkindheit, drehen wir uns um uns selbst. Besser wären doch klare Ansagen: Fernseher raus aus den Kinderzimmern! Kinder unter zehn Jahren nie allein vorm Fernseher! Und

jetzt rein in die Politik: Schule, die Spaß macht! Lernen, das Spaß macht! Freizeit, die Spaß macht!

Meine TV-Kindheit war Sahne, aber wen das interessiert, der will nicht wirklich was ändern.

TROTZ ALLER MEDIENKRITIK...

Thomas Krüger, Geschäftsführer der Bundeszentrale für politische Bildung



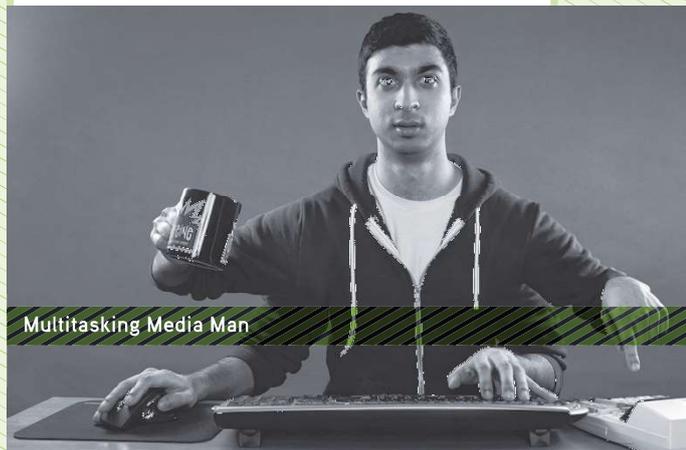
Die Medienwelt ist heute wesentlich bunter und labyrinthischer als früher. Sie ist vielfältiger geworden, lenkt aber auch gleichzeitig mehr ab und ist häufig banal und flach. Ohne eine gewisse Medienkompetenz ist man allerdings damals

ebenso wenig zurechtgekommen wie heute. Aufklärung und ein selbstbestimmter und selbstermächtigender Umgang mit den Medien sind daher unabdingbar.

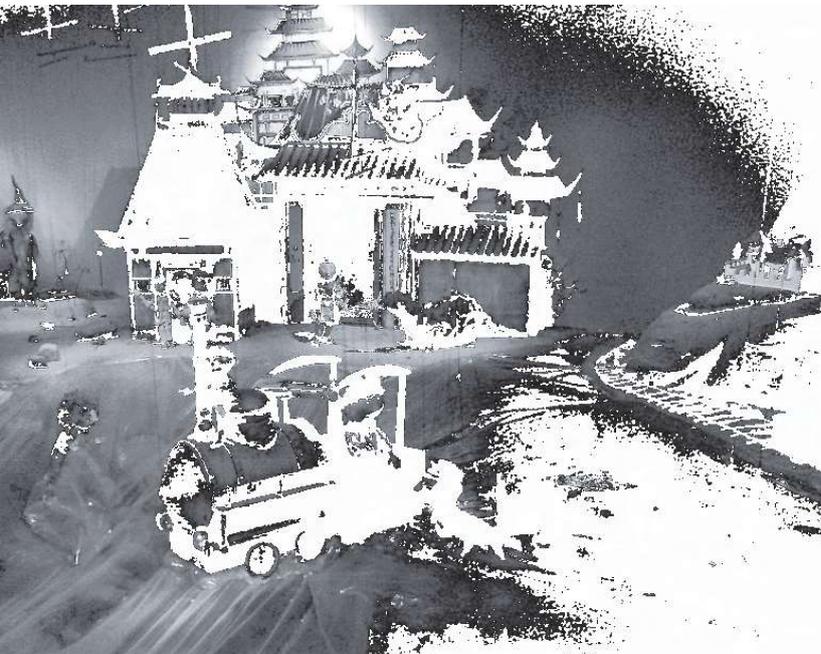
Während Eltern, Lehrerinnen und Lehrer die Kinder in der Vergangenheit eher ermutigt haben, Medien zu nutzen, um sich kompetent in Alltagsfragen einzumischen, wird heute verstärkt einschränkend erzogen: „Surf nicht so lange durchs Netz, spiel nicht soviel, schau nicht so viel Unsinn...“ Im Zeitalter von Web 2.0 fokussieren Eltern in Bezug auf die Mediennutzungsgewohnheiten ihrer Kinder vielmehr auf Qualität und Zeitmanagement. Oder aber sie erziehen gar nicht, was das eigentliche Drama ist.

Besorgniserregend ist vor allem, wie Kinder heute gnadenlos in die Medienwelt hineingesogen werden. Quasi zwangsläufig und nebenbei werden sie als Konsumenten-Zielgruppe mit enorm viel Werbung bei oft nur mäßiger Unterhaltung konfrontiert. Die Zeit, die sie mit Medienkonsum verbringen, fehlt dann für die soziale Entfaltung in der Nachbarschaft, für die Bildung vom Kindergarten bis zur Schulzeit, für politische Aktionen oder sportliche Aktivitäten. Medien suggerieren dabei oft Wissensvermittlung, wirken aber in Wirklichkeit wie Tranquillizer und können Potentiale „überdröhnen“.

Die heutige Medienwelt hat aber auch Vorzüge. Diese liegen in ihrer Vielfalt, ihrer Interaktivität und in den Möglichkeiten der Aktivierung und Kollaboration im Netz. Qualitative Inseln finden sich dabei in jedem Medium: im Kino, im Fernsehen und im Internet. Auch die Kontinuität von hochwertigem Journalismus ist vorhanden – lokal wie überregional. Trotz aller Medienkritik würde ich daher weitaus lieber in der heutigen Medienwelt aufwachsen, als mit Neues Deutschland und Der schwarze Kanal zu DDR-Zeiten.



Multitasking Media Man



Als Effekte noch kinderleicht zu durchschauen waren –
DIE AUGSBURGER PUPPENKISTE

FOLIE FÖHNEN

Gerda Sieben, Diplompädagogin, Leiterin im jfc Medienzentrum



Ich war noch in der Grundschule, als wir Anfang der 60er Jahre einen Fernseher bekamen. Gebannt verfolgte ich, wie sich in der „Kiste“ noch eine Kiste öffnete: **Die Augsburger Puppenkiste**. Deren skurrile Geschichten und Gestalten liebte ich wie fast alle Kinder meiner Generation. Sie regten mich an, mit selbstgebastelten Marionetten und dem heimischen Kasperletheater eigene Geschichten zu erfinden und jüngere Geschwister und Nachbarkinder zu nötigen, sich das anzuschauen.

Ganz besonders lebhaft erinnere ich mich, wie mich in der Augsburger Puppenkiste das berühmte „Wasser“ rund um die Insel Lummerland begeisterte. Nicht, weil es so perfekt war, sondern weil ich dachte: „Ah, das ist ja Plastikfolie und sieht ein bisschen wie Wasser aus, besonders wenn man mit dem Föhn von unten bläst und damit Wellen erzeugt...“ Der Reiz dieses Momentes, an den ich mich lebhaft erinnere, lag wohl darin, das Gemachte dieser Inszenierung zu erkennen, zu durchschauen – was ja nicht schwer war –, wie ein Effekt entsteht und etwas medial inszeniert werden kann. Gerade die einfache, fast trashige Umsetzung war faszinierend: Man durchschaute es, war aber nicht böse oder enttäuscht darüber, sondern auf kindliche Weise einverstanden, dass man Wasser sehr gut so darstellen und dann damit spielen kann.

Sicher hat mich genau das ermutigt, eigene Puppentheaterinszenierungen zu versuchen: mit Nachttischlampen und Buntpapier Lichteffekte in die kleine Bühne zu bringen, Folie mit dem Föhn zu verschmornen, über die mangelnde „Draufsicht“ bei meinem Kasperletheater zu fluchen und mit dem Backblech Donner zu imitieren.

Heute können Kinder mit Medien sehr leicht Effekte erzielen, aber die digitale Welt zeigt nicht so charmant, wie sie zustande kommen, und lädt damit vielleicht nicht so unmittelbar zum Nachmachen ein. Für mich als Medienpädagogin bleibt es eine schöne Herausforderung, Kindern den „Plastikfolienwassereffekt“ zu ermöglichen: Wobei man durchschaut, wie etwas gemacht ist und dadurch Lust bekommt, selbst etwas zu machen.

(AUSDRUCKS-)MITTEL, NICHT ERSATZ

Prof. Dr. Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, Direktorin der Bundesakademie für Kulturelle Bildung und Professorin an der Universität Hildesheim



Meinen ersten gebrauchten Computer schaffte ich mir während des Studiums an, weil jeder Student automatisch eine E-Mail-Adresse zugesandt bekam, über die wesentliche Informationen übermittelt werden sollten. Gut kann ich mich noch an das Piepen und Rauschen des Modems erinnern, das einem anzeigte, dass die Verbindung mit dem Internet in Vorbereitung war. Ein Geräusch, das ich immer mit Vorfreude und Neugier wahrgenommen habe.

Heute sind meine drei unterschiedlichen Mail-Accounts mein wichtigstes Arbeitsinstrument, und nicht selten kommt es vor, dass ich nur mit Widerwillen den Computer morgens einschalte, weil ich weiß, dass wieder zahlreiche Anfragen, Anforderungen und Informationen auf mich warten, denen ich in dieser Fülle und Kürze der Zeit immer schwerer „Herr“ werden kann. Wenn das Handy im Urlaub notwendigerweise auszuschalten ist, um auch innerlich „abzuschalten“ und nach einem kurzen Offline-Ausflug in die analoge Welt das Mail-Postfach überquillt, ist es nicht leicht, sich



Einfach mal klingeln lassen

über die Möglichkeiten und Entwicklungen neuer Medienwelten zu freuen. Wenn ich im Restaurant nur noch Menschen sehe, die in ihre Smartphones starren, ohne sich zu unterhalten, frage ich mich, ob wir wirklich schon gelernt haben, mit dieser Technik umzugehen.

Umso mehr brauchen wir eine gute Medienbildung, insbesondere für Kinder und Jugendliche, welche die Potenziale neuer Kommunikations-, Informations- und Spielwelten auszuschöpfen lehrt, aber auch vermittelt, sich nicht von der schönen, mittlerweile nicht mehr neuen Medienwelt bestimmen zu lassen. Mediale Welten bieten – auch ästhetisch – zahlreiche Lern-, Bildungs- und Erfahrungsmöglichkeiten.

Wir sollten ihnen aber den Stellenwert zuweisen, der ihnen gebührt: Sie sind „Medien“ und das heißt, (Ausdrucks-)Mittel und nicht Ersatz für etwas anderes.

VERLUST VON WERK UND WERT

Prof. Dr. sc. Dieter Wiedemann, Präsident der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf

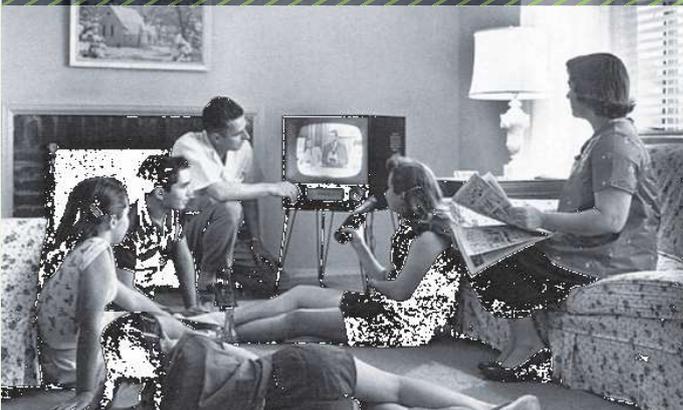


Die Medienwelt meiner Kindheit vor knapp 60 Jahren ist in meiner Erinnerung geprägt durch gelegentliche Kinobesuche, ein Radio in der Küche und Bücher aus der Stadt-, der Schul- und der Kirchenbibliothek. Hinzu kommen Fotos und die dazu wichtigen Erzählungen. In den 50er Jahren des vergangenen Jahrhunderts waren die medialen Versuchungen für Kinder relativ gering. Wobei sich dieses „relativ gering“ auch und insbesondere auf das mediale Interesse an Kindern überhaupt bezieht: Von meinem Bruder und von mir gibt es aus unseren ersten zehn Lebensjahren wahrscheinlich 50 Fotos, deren Bekanntheit sich auf einen engen Familien- und Freundeskreis bezieht. Unsere Kinder – geboren am Ende der 70er Jahre in der DDR – können bereits auf eine Vielzahl, aber dennoch privater Fotos schauen.

Ich bleibe im familiären Kontext und bewege mich in die Dimension der Enkel: Die in die digitale Welt Hineingeborenen sind gewissermaßen unter digitaler Dauerbeobachtung. Von der Geburt an werden sie permanent fotografiert und/oder gefilmt. Auf FACEBOOK oder per Mail werde ich permanent über das Leben der Kleinen bildlich oder filmisch informiert. Was werden sie in 10 oder 15 Jahren mit den Terra- oder Petabytes an Informationen anfangen können (Kompatibilität der Programme?) bzw. wollen, werden sie mit „Bildermüllhalden“ in ihren Rechnern oder ihren „Private Clouds“ als eine Form des „abgelegten“ visuellen Gedächtnisses arbeiten können und wollen?

Nun wachsen die Kinder aber nicht nur mit ständig verfügbaren Fotos von sich auf, sondern bewegen sich von frühester Kindheit an in einem kommunikativen Raum, der geprägt ist durch Medienproduktion und -konsum sofort, zu jeder Zeit, an jedem Ort und quasi kostenfrei. Medienangebote sind keine Ereignisse mehr und besonders für kleine Kinder schwer als getrennte Sendeangebote zu identifizieren. Es gibt in der Regel keine prärezeptive und auch keine postrezeptive Phase in der Mediennutzung mehr, es hat sich daraus ein Rezeptionsflow mit unterschiedlichen Zuwendungsphasen entwickelt. Über die daraus resultierenden Konsequenzen für schulische Lernprozesse gibt es seit einigen Jahren eine rege Diskussion, an der ich mich hier nicht beteiligen möchte. Zwei Entwicklungen beobachte ich aber mit Sorge: Den Verlust des Werkes im digitalen Zeitalter und den damit zusammenhängenden Verlust des Wertes von Bewegtbildmedien für seine Nutzer. Ich denke übrigens, dass die in der Öffentlichkeit hierzu geführte Diskussion um Netz- und Filmpiraterie aus den hier skizzierten Gründen falsch geführt wird, aber auch das ist ein anderes Thema.

Als Medienangebote noch Ereignisse waren...



ÄRGER

Jürgen Laufer, Geschäftsführer der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK)



Warum gebe ich meinem Beitrag zur Medienkindheit heute den Titel „Ärger“? Weil ich mich darüber ärgere, dass es viele technische und kommunikative Errungenschaften von heute noch nicht zu meiner Jugendzeit gab. Dies betrifft die mobile Kommunikation ebenso wie viele Web 2.0 Angebote. Z. B. YOUTUBE finde ich einfach toll. Wie schwer war es noch in den 60er und 70er Jahren an jugendspezifische Musik zu kommen! Es gab Anfang der 80er Jahre in meinem Empfangsbereich eine Rockmusiksendung im WDR mit Mal Sondock, dann irgendwann den ebenfalls bei Jugendlichen sehr populären **Beat-Club**. Doch war das Angebot an Beat- und Rockmusik damit auch schon fast erledigt – allenfalls der Sender der britischen Armee BFBS sendete auch noch Beat und Rock.

Wie einfach kann ich demgegenüber heute nahezu jeden gewünschten Song als Videoclip im Netz finden – davon haben wir noch nicht einmal zu träumen gewagt. Einen gemeinsamen Auftritt von Janis Joplin und Tom Jones oder wenn Bob Dylan und Mick Jagger gemeinsam Like a Rolling Stone singen, das schau ich mir heute noch gern an.



Bei der Kommunikation oder Navigation per Handy, nicht nur für Pädagogen interessante Werkzeuge, ärgert mich, dass ich bei deren Nutzung meine Lesebrille herauskramen muss. (Mein Ärger bezieht sich also eher aufs Alter).

Da ich alle Generationen von Bandaufnahmegeräten miterlebt und genutzt habe, vom Tonbandaufnahmegerät über den transportablen, batteriebetriebenen Plattenspieler für draußen bis zum digitalen Player (iPod, MP3), schätze ich die unproblematische Nutzung und Miniaturisierung der Geräte von heute.

Natürlich sehe ich auch die Vorteile der Kindheit früher, die in großem Maße eine „draußen-Spiel-Kindheit“ war, weniger reguliert durch Erwachsene und durch den Straßenverkehr nicht so bedroht. Und auch das breite digitale Programmangebot der Medien empfinde ich im Vergleich zu meiner Kindheit eher als störend und als „zu viel“. Erstes, zweites, drittes Programm waren genug, allenfalls hätte ich mir den KiKa gewünscht. Doch auch das war fern jeder Vorstellung – ein Kinderfernsehprogramm rund um die Uhr.



Jugendträume vor dem 10-Plattenwechsler

MIT BEWAHRPÄDAGOGIK NICHTS AM HUT

Elke Ried, Produzentin, Ziegelfilm Köln



Offen gestanden mache ich mir nicht allzu große Sorgen um die Kinder, die in der heutigen Medienwelt aufwachsen.

Ich bin mit Medien aufgewachsen, und zwar mit allen in und seit den 50er Jahren verfügbaren. Als Kind war ich stolze Besitzerin von einem knappen Dutzend Single-Schallplatten (besonders geliebt habe ich den **Hohnsteiner Kasperl**) und durfte schon sehr früh den 10-Plattenwechsler unserer Grundig-Musiktruhe im Wohnzimmer alleine bedienen. Bereits Ende der 50er Jahre gab es bei uns einen Fernseher, und neben dem Kinderprogramm und Sport, Spiel, Spannung gehörte irgendwann das Werbefernsehen zu meinen Lieblingssendungen. Im Kino habe ich mit meiner Tante viele Walt-Disney-Filme gesehen, daneben wurden in der Grundschule häufig Kinogutscheine (für reduzierten Eintritt) verteilt und wir trafen uns nachmittags – ohne Begleitung von Erwachsenen – im Kino, wo ich wahrscheinlich alle (entsetzlichen) Märchenfilme der 50er Jahre gesehen habe. Oft trafen wir uns auch in der Stadtbücherei, wo wir in den Bücherregalen stöbern konnten. Aber neben Büchern habe ich auch Micky-Maus-Hefte und später auch gerne Groschen-Romane gelesen. In den 60ern habe ich morgens nach dem Aufstehen (vor der Schule) am liebsten **Radio Luxemburg** gehört, natürlich durchsetzt von Werbung. Pädagogisch wertvoll war mein Medienkonsum sicher nicht immer, aber ich habe so ziemlich alles kennengelernt. Der Umgang mit Medien war für mich selbstverständlich und hat viel Spaß gemacht. Medienerziehung gab es in meiner Kindheit nicht, aber im Freundeskreis haben wir sehr viel über die Inhalte geredet: Was fanden wir gut, was war spannend oder langweilig, was hat uns nicht gefallen?

Ich glaube, dass Kinder heute ebenso selbstverständlich mit den jetzt verfügbaren Medien aufwachsen. Im Laufe der Jahre konnte ich immer wieder beobachten, wie unbefangen und offenbar mühelos Kinder mit Medien/Technik umgehen. Meist sind es die Erwachsenen, die Berührungängste haben oder sich in der Fülle des Angebots nicht zurechtfinden. Ich denke, dass Kinder eher unterschätzt werden und ihnen häufig zu wenig zugetraut wird. Verbote und Reglementierung können die Förderung der eigenen Urteilsfähigkeit nicht ersetzen. Wir müssen dafür sorgen, dass Kinder Zugang zu qualitativ hochwertigen Medienangeboten haben, dass diese produziert und verbreitet werden. Wir müssen positive Medien-Erlebnisse für Kinder schaffen und sie dabei unterstützen, ein Gefühl für Qualität zu entwickeln.

Ich bin meinen Eltern heute noch dankbar, dass sie mit der in den 50er Jahren gepredigten Bewahrpädagogik nichts am Hut hatten... Wer weiß, was sonst aus mir geworden wäre?

ENTWICKLUNGSAUFGABE FÜR DIE ÄLTEREN

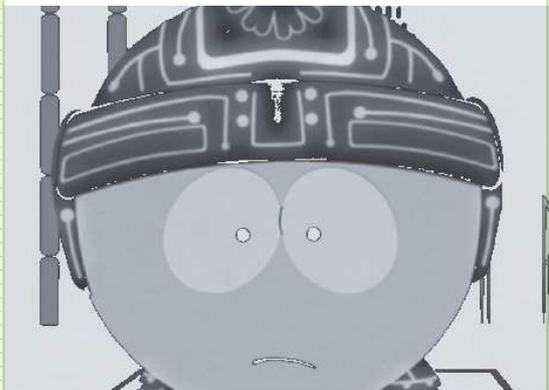
Max Fuchs, Direktor der Akademie Remscheid und Präsident des Deutschen Kulturrates

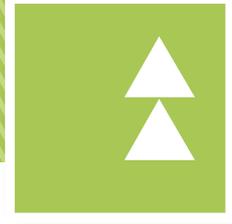


Die größte Herausforderung für (ältere) Erwachsene heute dürfte sein, die Medienwelten Jugendlicher als Lebenswelten zu akzeptieren. Diese Formulierung klingt bekannt. In der Tat hat Dieter Baacke bereits vor Jahrzehnten eine ähnliche Formulierung verwendet, bei der nur die Begriffe vertauscht wurden, dass nämlich Lebenswelten Medienwelten sind.

Dies beginnt bereits in den 1960er Jahren, hat also auch meine eigene Sozialisation beeinflusst. Zwar gab es noch nicht die Fülle der Programme, doch gehörte das Fernsehen zum Alltag dazu. Und es gelang immer besser, jugendkulturelle Ausdrucksformen in dem damals angestaubten öffentlich-rechtlichen Fernsehen unterzubringen. Jeder kannte den **Beat-Club**, kannte außerdem **Radio Luxemburg**. Die Jugendkulturforschung – etwa Kaspar Maase – hat dabei gezeigt, wie nachhaltig die oft verschmähte populäre Kultur die gesamte Atmosphäre in Deutschland modernisiert hat. Rock'n Roll war sogar eine erste kulturelle Ausdrucksform, die von „unten“, nämlich durch die proletarischen Jugendlichen, aufstieg und zum Mainstream für alle wurde.

Heute steht insofern ein Paradigmenwechsel an, als die durchaus mediensozialisierten älteren Generationen erhebliche Schwierigkeiten damit haben, die Medienwelten als Lebenswelten anzuerkennen. Es gibt heute hybride Formen der Mischung von analog und digital, die sich einem traditionellen Verständnis vom „guten Leben“ offenbar entziehen, die aber die Jungen mit Leichtigkeit bewältigen. In der Kulturpolitik wird dieser Streit als Streit um das Urheberrecht im Netz ausgefochten. Es geht allerdings um sehr viel mehr. Muss man deshalb besorgt sein? Eher nicht. Ich bin davon überzeugt, dass die nachwachsenden Generationen eine ähnliche kulturelle Kompetenz entwickeln, diese Herausforderung zu bewältigen, wie wir es mit der Pop-Kultur früherer Jahre getan haben. Die größte Lern-Herausforderung und Entwicklungsaufgabe sehe ich daher bei den Älteren.





Kinder und Medien



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.



„PÄDAGOGISCH WERTVOLL“ AUFWACHSEN IN DER MEDIENWELT
CHANCEN NUTZEN – RISIKEN ERKENNEN

- Aktuelle Entwicklungen und Trends ► FRÜH ÜBT SICH Kreative Qualität statt medialer Diät ► SERVICE Kurzportraits 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
Mitarbeiter: 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-Boehnecke,
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.:
TF28faltings, u.: ImAVeronica; S.9: Andrej Poroch-
nenko/ 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 Administration; S.56: Alex Bru-
da; 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