

2. Aufbau des Bandes

Wie in der Einleitung bereits deutlich gemacht, geht es in diesem Band um Medien und deren Einbindung in den Lebensalltag von Kindern und Jugendlichen. Die Lebenswelten Heranwachsender sind immer auch Medienwelten; das haben die Medien- und Jugendforscher Dieter Baacke, Uwe Sander und Ralf Vollbrecht bereits vor mehreren Jahrzehnten deutlich gemacht. Ohne Medien aufzuwachsen, ist nicht mehr möglich. Damit sind Medien nichts, was gelegentlich einfach nur hinzukommt; sie sind unmittelbar und übergreifend mit dem Lebensalltag von Kindern und Jugendlichen, dessen Gestaltung und dessen Bewältigung verbunden. Eine solche Verzahnung von persönlicher Entwicklung und einer ebenso durch Medien bestimmten Umwelt betont der Begriff der *Mediensozialisation*, der in der Kinder- und Jugendmedienforschung von besonderer Bedeutung ist. Die Frage, wie Heranwachsende mit Medien umgehen, schließt an das an, was sie tagtäglich erfahren. Sie bezieht sich auf das Leben in der Familie und den Umgang mit Freunden. Sie betrifft pädagogische Institutionen unserer Gesellschaft, die das Aufwachsen stützen und begleiten. Letztlich geht es um die Per-

sönlichkeitsentwicklung und die damit verbundenen Chancen und Risiken, die sich aus dem Medienhandeln ergeben. Fraglos kann der vorliegende Band auf alle diese Aspekte nur in stark verkürzter und vereinfachter Form eingehen. Ein Versuch hierzu sei dennoch unternommen.

Das folgende Kapitel wird zunächst die Vielfalt des Medienangebotes für Kinder und Jugendliche vorstellen. Wer nicht stetig – sei es als Elternteil oder Programmverantwortlicher – mit der Medienwelt Heranwachsender konfrontiert ist, wird einen ersten Einblick in die Weiten und Tiefen des Marktes erhalten. Allen anderen sei der Überblick als systematisierende Ergänzung angeboten. Hier spielen technologische Entwicklungen eine Rolle, das Zusammenwachsen von Medien und die Ausdifferenzierung der Medieninhalte. Es geht um die Segmentierung des Medienangebotes, mit der Kinder als Zielgruppe immer »kleinteiliger« angesprochen werden – Medieninhalte sind heute bereits für Null- bis Zweijährige konzipiert. Weiterentwicklungen finden sich für Kleinkinder und Vorschüler; Grundschulkinder sind als Zielgruppe ebenso erschlossen wie Pre-Teens und Jugendliche. Der Markt ist fein gegliedert, die Nutzung entsprechend vielschichtig. Mit einem einführenden Rundblick soll die Komplexität der Medienwelt vor dem Hintergrund des technologischen Wandels deutlich werden. Daten der Medienforschung zeigen, in welchem Ausmaß das Medienangebot von Kindern und Jugendlichen tatsächlich auch genutzt wird.

Aus der Übersicht über das Medienangebot leiten sich zentrale Fragen für die weiteren Kapitel ab: Welche kognitiven Fähigkeiten brauchen Kinder und Jugendliche, um Medieninhalte zu verstehen und deren Absichten zu durchschauen? Wie finden sich Heranwachsende in der umfangreichen Medienwelt zurecht, und wie wählen sie aus der Fülle des Angebotes aus? Welche Rolle spielt das soziale Umfeld, in das Kinder und Jugendliche eingebunden sind? Schließlich: Mit welchen Anforderungen ist Aufwachsen in der Medienwelt

verbunden, und wie können Eltern und Pädagogen den Nachwuchs unterstützend begleiten?

Erste Antworten liefert das vierte Kapitel. Hier geht es um die Rezeption und das Verständnis von Medieninhalten sowie um Prozesse der Medienaneignung. Im Mittelpunkt stehen Fragen der geistigen und emotionalen Entwicklung von Kindern, ferner die handlungsleitenden Themen, die Kinder in unterschiedlichen Altersstufen beschäftigen und die sie heranziehen, wenn sie sich mit Medieninhalten auseinandersetzen. Das Kapitel stellt Ergebnisse entwicklungspsychologischer und medienpädagogischer Forschungen vor, die – darauf sei verwiesen – bereits Kleinkinder als Medienrezipienten in den Blick nehmen. Deutlich wird, dass es nicht immer um ein richtiges oder falsches Verstehen von Medieninhalten geht, sondern ebenso um die eigene Weltsicht des Kindes, die den Blick auf das Medienangebot lenkt und in ihrer Besonderheit als solche anzuerkennen ist.

Kapitel fünf beschäftigt sich mit der sozialen und institutionellen Umwelt, in die Mediennutzung eingebunden ist. Denn Medien werden nicht im »luftleeren Raum« genutzt, sondern sind immer mit einem sozialen Beziehungsgefüge verwoben. Der Medienzugang regelt sich zunächst über die Familie, die Rezeptionsmuster einübt und die Qualität von Medienangeboten verhandelt. Später begleiten und stützen Medien freundschaftliche Beziehungen. Sie dienen der Abgrenzung oder schlicht dazu, gemeinschaftliche Verbundenheit über gleiche Interessen sichtbar zu machen. Daneben sind die Akteure der Medienwelt für Heranwachsende von Bedeutung. In ihren Tagträumen wenden sich Teenager den populären Medienstars zu und können hier beispielsweise ihre ersten Vorstellungen von partnerschaftlicher Beziehung ausleben. Jüngere Kinder sehen hingegen in den Heldenfiguren der Animationsfilme Rollenvorbilder, die zu fantastischen Begleitern des Alltags werden. Einerseits bieten die Medien so Freiräume von alltäglichen Anforderungen, andererseits

schaffen sie fiktive Räume, um anstehende Entwicklungsaufgaben und gesellschaftliche Ansprüche zu proben.

Das abschließende sechste Kapitel verweist auf offene Fragen und diskutiert zukünftige Entwicklungen. Sie ergeben sich aus den fortschreitenden technischen Neuerungen, aber auch aus den neuen Umgangsformen, die mit der Mediennutzung einhergehen. Die enge Verzahnung von Medienhandeln und Alltagshandeln lässt die Frage aufkommen, ob und inwieweit sich hier möglicherweise grundsätzlich neue Formen der Kommunikation und des sozialen Miteinanders ergeben, auf die wissenschaftliche ebenso wie pädagogische Institutionen zu reagieren haben.



<http://www.springer.com/978-3-658-00842-0>

Aufwachsen mit Medien

Wegener, C.

2016, V, 109 S. 3 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-00842-0