

Kinder und Jugendliche in der Neuen Medienlandschaft

Gewalt und Medienkompetenz

Welchen Einfluss haben die Neuen Medien auf unsere Kinder? Diese Frage stellen sich immer mehr Eltern, Lehrer, Politiker, Experten. Gibt es gesicherte Ergebnisse aus der Forschung? Hat der Umgang mit diesen Medien einen direkten Einfluss auf gewalttätiges Verhalten von Kindern und Jugendlichen?

Im Rahmen der schwedischen Präsidentschaft der EU fand vom 12.-13. Februar 2001 ein Seminar in Stockholm über das Thema „Kinder und Neue Medien“ statt. Ich hatte die Gelegenheit, als Vertreter des Conseil National des Programmes an dieser Tagung teilzunehmen und möchte die Gelegenheit benutzen, über die Ergebnisse dieses Seminars zu berichten.

Expertenseminar über Kinder und Jugendliche in der Neuen Medienlandschaft

Über 200 Teilnehmer aus den EU-Mitgliedstaaten und den Ländern, die der EU beitreten möchten, aus der Medienindustrie, Regierungsstellen und NGO hatten sich in Stockholm eingefunden, um zu diskutieren *vor was* Kinder geschützt werden sollten, *warum* und *wie* diese Schutzmaßnahmen realisiert werden können und wer verantwortlich ist für ihre Umsetzung.¹ Drei Arbeitsgruppen diskutierten folgende Themen:

Schutz der Kinder vor schädlichen Inhalten im Internet sowie in Computer- und Videospielen

Alle Teilnehmer waren sich einig, dass es Schutzmaßnahmen geben muss. Diskutiert wurden technische Hilfsmittel wie Klassifizierungs- und Filtermethoden, Aufklärungskampagnen und Medienziehung. Die Verantwortung von Eltern, Regierungen, Internet Serviceanbietern und Medienproduzenten wurden angesprochen. Ein einheitliches europäisches Bewertungssystem wurde gefordert.

Schutz der Kinder vor schädlichen Inhalten im digitalen und globalen Fernsehen

Angesichts beträchtlicher kultureller Unterschiede bei der Einschätzung der Schädlichkeit von bestimmten Inhalten wurde ein europaweites, differenziertes und wertneutrales Beschrei-

bungssystem gefordert, um Altersgrenzen empfehlen zu können.

Sehr viel Wert wurde auf qualitativ hochwertige Kinderprogramme gelegt. Die Vertreter von öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten wurden dabei heftig von einer Vertreterin einer privaten TV-Kette angegriffen: Kinder wollten sich beim Fernsehen nur unterhalten („They just want to have fun!“) anstatt sich Filme über Randgruppen oder alltägliche Lebensprobleme anzusehen. Die Last der Verantwortung beim Schutz der Kinder darf nicht allein den Eltern aufgebürdet werden: Die Programmveranstalter müssen sie ebenso tragen.

Das Problem der Werbung, die sich direkt an Kinder adressiert

Hier prallten zwei Meinungen aufeinander: Auf der einen Seite die Teilnehmer, die finden, dass Kinder noch nicht die Fähigkeit haben, die Absichten der Werbung zu durchschauen und auf der anderen Seite die Teilnehmer, die meinten, die Werbeeinnahmen seien notwendig, um gute Kinderprogramme zu gestalten. Außerdem wür-



den Kinder so auf „real-life“-Situationen vorbereitet. (Diese Haltung vertritt auch die Luxemburger Regierung, wie mir vor meiner Reise nach Stockholm mitgeteilt wurde)

Gewalt in Video- und Computerspielen

Viele Erwachsene, Eltern, Pädagogen und andere Personen, die mit Kindern in Kontakt sind, kennen das Phänomen der Video- und Computerspiele, kennen auch mehr oder weniger die Möglichkeiten des Internets, aber das alles oft nur recht oberflächlich. Es fehlt an Zeit und an zuverlässigen Informationen über diese Spiele, damit z.B. Eltern den Zugang ihrer Kinder zu potentiell schädlichen Inhalten regeln können. Aber auch Leute, die professionell mit Kindern zu tun haben, wissen oft nicht besser Bescheid. Deshalb versuche ich hier, die wichtigsten Erkenntnisse aus dem Jahrbuch einer UNESCO-Einrichtung zusammenzufassen, die sich mit diesem Thema beschäftigt („International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen“, Göteborg²).

In den einleitenden Artikeln des Yearbooks stellen Ulla Calsson und Cecilia von Feilitzen fest, dass mit der explosionsartigen Ausbreitung der Neuen Medien in den letzten 15 Jahren immer mehr Fragen über ihren Einfluss auf die psychologische und soziale Entwicklung des Kindes gestellt werden. Immer mehr Kinder haben Zugang zu Medieninhalten, die an ein erwachsenes Publikum gerichtet sind. Der viel gepriesene, unbeschränkte Zugang zur „Information“ bringt es mit sich, dass neue Ängste entstehen über die weltweite Verbreitung einer Einheitskultur, von Gewalt strotzender Unterhaltung, Pornographie, sexistischer, rassistischer und fremdenfeindlicher Inhalte.

Optimisten sehen in der Entwicklung der Neuen Medien Entwicklungschancen für Kinder und Jugendliche während die Pessimisten nur Gefahren wittern: Immer mehr Bereitschaft, Gewalt als Mittel zur Lösung von Problemen zu akzeptieren, Desensibilisierung gegenüber dem Gebrauch von Gewalt, gesteigerte Aggressivität, Abhängigkeit vom Medienkonsum, soziale Isolation, Verzicht auf außerschulische Aktivitäten, bis hin zu gesundheitlichen und kognitiv-emotionalen Schädigungen.

Den Einfluss der Neuen Medien auf Kinder und Jugendliche wissenschaftlich zu untersuchen ist schwierig:

- Da es sich um ein rezentes Phänomen handelt, gibt es noch relativ wenig Forschung. Interessanterweise ist die Forschung in Japan, dem Land, das eine Hauptrolle in der Entwicklung und Vermarktung von Videospielen einnimmt, am wenigsten entwickelt.³

- Kurzfristige Effekte des Konsum gewalttätiger Videos sind seit den Experimenten Banduras bekannt, es gibt aber so gut wie keine Untersuchung über die längerfristigen Auswirkungen eines solchen Konsums.

- Aus ethischen Gründen können Kinder nicht an Experimenten über den Einfluss von Gewalt und Pornographie teilnehmen.⁴

- Die wenigen Untersuchungen, die vorliegen, wurden hauptsächlich in den reichen Ländern durchgeführt; hier sind die Neuen Medien ja auch am weitesten verbreitet.

- Die Forschungsmethoden stehen noch stark unter dem Einfluss der Film- und Fernsehforschung der vorigen Jahrzehnte: Der Einfluss interaktiver Medien bedarf neuer experimenteller Settings.



In den meisten industrialisierten Ländern haben 80% der Kinder im Primärschulalter mindestens eine Videokonsole zuhause. Immer mehr Kinder haben direkten Zugang zu Internet. Trotzdem ist das Fernsehen immer noch an erster Stelle beim Medienkonsum der Kinder. Video- und Computerspiele brauchen zusätzlichen Zeitaufwand. In der Literatur werden die Kinder gewöhnlich in drei Kategorien eingeteilt: Gelegentlicher, mittlerer und häufiger Konsum. In den USA gibt es viele Kinder, die 30 Stunden und mehr pro Woche vor dem Schirm sitzen. Davon entfallen zwei Drittel auf Fernsehen und ein Drittel auf Videospiele.

In der Literatur unterscheidet man zwischen Computerspielen, Videospielen und Online-Spielen. Letztere sind nur über Internet zugänglich. Die Spiele selbst kann man in sechs Kategorien einteilen:

- Aktionsspiele
- Strategiespiele
- Abenteuerspiele
- Rollenspiele
- Sportspiele
- Simulationsspiele

Die problematischste Kategorie sind natürlich die Aktionsspiele. Kinder geben aber an, dass nicht die Gewalt sondern Problemlösungsstrategien den Reiz des Spiels ausmachen.⁵

1998 setzte die Videospiele-Industrie 18 Billionen Dollar, um ohne sich um die möglichen Auswirkungen ihrer Produkte auf die Kinder, ihre Familien und ihre Lebensumwelt (z.B. die Schule) zu kümmern. Dass die „Screenagers“ ihre Zeit damit verbringen, sich tage-, manchmal wochenlang durch gewalttätige, sexistische und oft auch rassistische Spielszenarios durchzukämpfen kümmert sie wenig; Hauptsache der Ertrag der japanischen oder amerikanischen Sicavs stimmt.

Eine Untersuchung in Dänemark⁶, durchgeführt vom Medienrat für Kinder und Jugendliche des Kultusministeriums zeigte, dass 338 Video- und Computerspiele allein im Jahre 1998 auf den Markt kamen. Davon waren knapp die Hälfte Action- und Simulationsspiele, nur 1% sogenannte „Edutainment“-Produkte. In den meisten Action-, Strategie- und Rollenspielen dominierten gewaltsame Inhalte, meistens eine Kombination von verschiedenen gewalttätigen Aktionen. In dieser Studie wurde eine Liste der 20 Spiele publiziert, die am meisten Gewalt enthielten.

Dies führt zum Problem der Klassifizierung interaktiver elektronischer Medien: Jan Christofferson versuchte eine Zusammenstellung der gebräuchlichen „rating systems“: Das strengste Kontrollsystem gibt es in Australien: Verbotene Spiele dürfen nicht verkauft oder verbreitet werden;

wer es dennoch versucht, riskiert eine Gefängnisstrafe. In Japan praktiziert die Medienindustrie eine Art freiwillige Selbstkontrolle. In den USA gibt es das „Entertainment Software Rating Board“, ein Gremium das laut Christofferson die beste („most ambitious and extensive“) Klassifizierung liefert. Europa hat kein einheitliches Klassifizierungssystem: Es gibt Labels in Großbritannien, Dänemark und Schweden. Auf vielen Videospielen werden verschiedene Labels aufgedruckt, was Verwirrung stiften kann.

Ausblick

Die Ereignisse des 11. September haben weltweit die Frage aufgeworfen: Wie reagieren Kinder auf diese Bilder? Viele Leute wurden sich zum ersten Mal bewusst, dass solche Darstellungen einen dauerhaften Eindruck bei Kindern und Jugendlichen hinterlassen werden, und befürchten negative Reaktionen oder regressive Verhaltensweisen bei kleinen Kindern. Zurecht wurde jedoch darauf hingewiesen, dass die Ereignisse in Manhattan bereits in zahlreichen Romanen und Filmproduktionen praktisch bis ins kleinste Detail antizipiert worden sind, die Realität hat leider die Fiktion eingeholt. Seit dem Golfkrieg findet man im Internet Homepages, in denen Eltern und Erzieher Ratschläge finden können, wie sie mit Kindern über Terrorismus und Krieg sprechen können.⁷

Im Unterschied zu den Bildern der „alltäglichen“ Gewalt im Fernsehen waren die Bilder aus New York bittere Wirklichkeit. Mit zunehmendem Alter merken die Kinder dies und entsprechend können ihre Reaktionen demnach durch Angst und regressives Verhalten geprägt sein.

Zurecht machen sich jedoch verantwortungsbewusste Eltern und Erzieher schon seit langem Gedanken über die Auswirkungen der Darstellung von Gewalt in den Medien auf die Kinder, und dies nicht nur im kleinen Kreis von Experten, wie neulich in Stockholm, sondern auch in Fachzeitschriften, Elternmagazinen usw. Die Unterhaltungsindustrie produziert jedoch munter drauf los und die Darstellung von Gewalt in ihren Produkten nimmt zu und nimmt auch immer subtilere Formen an. Aus dem Argument, Kinder (und auch Erwachsene) wollten nur Unterhaltung („They just want to have fun“, wie es die Vertreterin der Disney-Gruppe auf der Konferenz in Stockholm formulierte), leitet die Unterhaltungsindustrie die Berechtigung ab, ihre Produkte unkontrolliert zu produzieren und auf den Markt zu werfen. Negative Auswirkungen auf die Psyche der Konsumenten werden bewusst in Kauf genommen; Eltern, Erzieher und andere Fachleute dürfen dann später den Schaden feststellen und zu beheben versuchen.

1998 setzte die Videospiele-Industrie 18 Billionen Dollar um, ohne sich um die möglichen Auswirkungen ihrer Produkte auf die Kinder, ihre Familien und ihre Lebensumwelt zu kümmern. Dass die „Screenagers“ ihre Zeit damit verbringen, sich tage-, manchmal wochenlang durch gewalttätige, sexistische und oft auch rassistische Spielszenarios durchzukämpfen, kümmert sie wenig.

In Frankreich besteht eine Forschungsgruppe, die das Verhältnis der Kinder zu Medien untersucht (GRREM, Groupe de recherche sur la relation enfants-médias). Das GRREM verlangt, dass auf europäischer Ebene Richtlinien für eine anspruchsvolle Medienerziehung festgelegt werden, die auf nationaler und lokaler Ebene den sozialen, ökonomischen, erzieherischen und kulturellen Bedürfnissen des Kindes gerecht werden.⁸ In Frankreich hat sich das System der Kennzeichnung von Programmen bewährt (signalétique jeunesse), aber es gibt auch Initiativen, die sich mit Humor für den Verzicht auf Fernsehern einsetzen (Une semaine sans télévision).⁹

Laut „Psychologie Heute“ (April 2001) zeigte eine Studie der Ruhr-Universität Bochum (Clemens Trudewind & Rita Steckel), dass gewalttätige Computerspiele Kinder aggressiv machen. Die Reaktionen der Kinder wurden über den psychogalvanischen Hautreflex und Beobachtung durch Videokameras ermittelt. Kinder mit sicherer Eltern-Kind-Bindung zeigten eine geringere emotionale Abstumpfung nach dem Gewaltspiel als unsicher gebundene Kinder. Laut dieser Studie spielen 86,5 % der Mütter und 70,7 % der Väter nie mit ihren Kindern am Computer. Gewaltspiele aber würden langfristig die Hemmschwelle für aggressives Verhalten herabsetzen.

Im Gegensatz zu den Psychologen schätzen Künstler das Problem der Gewalt in den neuen Medien als weniger gravierend ein: In der Zeitschrift „Kunstforum“¹⁰ stellt Douglas Rushkoff fest, dass „das Zeug im Fernsehen“ aus irgendeinem Grund Programm genannt wird. Die Aufgabe des Programms sei es jedoch, „sich unserer Aufmerksamkeit zu bemächtigen und uns dann ein ganzes Warensortiment zu verkaufen.“ Kostete es früher ca. 50 Kalorien, um das Programm zu wechseln (aufstehen und sich wieder hinsetzen), so änderte die Fernbedienung alles: Man brauchte nur noch 0.001 Kalorien. Kinder, die mit der Fernbedienung groß geworden sind, können sich viel leichter von den „gestrickten Handlungsbögen“ loslösen. Sie sehen nicht ein Programm, sondern durchkämmen gleichzeitig zehn. Videospiele verstärken diese Fähigkeit, das Bild auf dem Schirm zu manipulieren. „Das hat ihre Wahrnehmung von und ihre Ehrfurcht vor dem Fernsehbild grundsätzlich verändert“. Psychologen und Politiker würden die ironische Distanz der „Screenagers“ gegenüber dem Medium als kulturelles Desinteresse missverstehen. Der Erfolg „demonstrierender“ Sendungen wie die Simpsons wäre darauf zurückzuführen, dass sie „reine Mediensatire“ sind. Rushkoff bestreitet, dass es einen kausalen Zusammenhang zwischen Gewalt in den Medien und aggressivem Verhalten gibt. Die neuesten Spiele seien nicht unbedingt brutaler als frühere Produkte, sie seien nur realer.

Der Spieler muss aus einer chaotischen Situation ausbrechen und die Welt wieder in „Ordnung“ bringen. „Die Bemühungen besorgter Eltern und Politiker, Videospiele weniger offensichtlich brutal zu machen, ist aufrichtig, aber töricht, weil sie die zugrundeliegenden Motive des zunehmenden Realismus der Spiele nicht verstehen“. Interaktive Spiele würden beim Kind das Bewusstsein fördern, „eingreifen“ zu können. Sie würden eine Verbesserung der intellektuellen Fähigkeiten wie Problemlösung, Kreativität sowie visuelles und räumliches Begrifflichkeitsdenken fördern. Diese Kinder würden gewöhnlich von ihren Spielmaschinen zu lizenzierten Personalcomputern umsteigen. Sogar lese- und Schreibfähigkeiten würden gefördert. Rushkoff schließt mit der Aufforderung, „die Angst vor der Verdummung, Ausgeliefertsein, Unwissenheit und dem Bösen, das wir zur Zeit in unseren Medien schüren, zu bekämpfen und zu lernen, wie wir statt dessen Vertrauen herstellen“.

Dieses Vertrauen wird am besten hergestellt, indem Eltern und Kinder sowie Lehrer und Erzieher sich Medienkompetenz aneignen.

Eine Untersuchung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LfR) über die „Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern“ ergab, dass

- die Medienpädagogik noch keine zielgruppenspezifische Vermittlungsstrategien entwickelt hat;
- es zwar medienpädagogische Literatur gibt, diese aber wenig in Anspruch genommen wird;
- es kaum Evaluationen medienpädagogischer Projekte gibt.

Die Autoren der Studie empfehlen mehr Öffentlichkeitsarbeit, ein Rahmenprogramm von Medienverbundprojekten sowie zielgruppenspezifische Beratungskonzepte für schwer erreichbare Familien.¹¹

Förderung der Medienkompetenz von Kindern bedeutet aber auch Beteiligung der Kinder an der Produktion von Medienprodukten sowie an Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über Themen, die sie interessieren. Es gibt dafür bereits zahlreiche Beispiele und 1997 erschien in Deutschland ein „Praxisbuch“ von Bergit Fesenfeld über „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Kinderrechte“, das an vielen Beispielen zeigt, wie diese Arbeit konkret aussehen kann.¹² Dadurch dass Kinder und Jugendliche selber Zeitschriften, Radio- Film- und Fernsehproduktionen herstellen, gewinnen sie einen Überblick über die Möglichkeiten und Grenzen dieser Medien, über die Gefahren, die durch Manipulation und Fälschung entstehen, aber auch die unbegrenzten Möglichkeiten einer kreativen und lustvollen Arbeit in diesem Bereich.

Psychologen und Politiker missverstehen die ironische Distanz der „Screenagers“ als kulturelles Desinteresse. Der Erfolg „demonstrierender“ Sendungen wie der Simpsons kann darauf zurückgeführt werden, dass sie „reine Mediensatire“ sind.

Abschließend möchte ich an dieser Stelle zwei Projekte erwähnen, welche zeigen, dass auch in Luxemburg das Problem erkannt wurde und – leider nur in geringem Umfang – Elemente einer Medienpädagogik realisiert werden:

1) Das Projekt „Kommunikation 3000“ vom Jugendzentrum Marienthal. Im Jugendzentrum finden Kurse statt, die sich an Schulklassen, Jugendgruppen und Erwachsene (Eltern, Lehrer, Erzieher...) wenden und mit einer der Zielgruppe angepassten Methode den Einstieg in die Welt der Neuen Medien erleichtern helfen. „Die faszinierende Welt der Informatik entdecken, neue Kommunikationstechnologien ausprobieren, den Computer als sinnvolles und wirksames Instrument beherrschen lernen und möglichen Missbräuchen vorbeugen...“ (Prospekt des Jugendzentrums).

2) Das Projekt „Media Use“ des Institut d'Etudes Educatives et Sociales, welches zwei wesentliche Aspekte der Medienpädagogik vereint: Information und Aufklärung über die Wirkung von Medien auf die Konsumenten sowie der kreative Umgang von Kindern mit den Medien.

Zu wünschen wäre, dass diese beiden Projekte einer viel größeren Population von Kindern und Erwachsenen zugänglich gemacht würden.

Robert Soisson

Psychologe, Mitglied des „Conseil national des programmes“ als Vertreter der Nationalen Koalition für die Rechte des Kindes

Seit drei Jahren ist Robert Soisson Mitglied im Conseil National des Programmes und vertritt dort die „Coalition Nationale pour les Droits de l'Enfant“. Eines seiner Anliegen in diesem Gremium ist die Einführung einer Erziehung zur Medienkompetenz unserer Kinder in unseren Schulen. Beispiele im Ausland zeigen, dass dies möglich ist und entsprechendes Material wurde bereits entwickelt.¹³

¹ Ministry of Culture, Stockholm, Sweden: Expert Seminar: Children and Young People in the New Media Landscape. Presidency Report and Conclusions, S. 2.

² Von Feilitzen Cecilia, Carlsson Ulla (Eds.): „Children in the New Media Landscape: Games Pornography, Perceptions“, UNESCO Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Nordicom, Göteborg University, 2000. ISBN 91-89471-01-6.

³ Akira Sakamoto: Video Games and Violence, in: Von Feilitzen Cecilia, Carlsson Ulla (Eds.): „Children in the New Media Landscape“, p. 61 ff.

⁴ Mark Griffiths: „Video Game Violence and Aggression“ in Von Feilitzen Cecilia, Carlsson Ulla (Eds.): „Children in the New Media Landscape“, p. 31 ff.

⁵ Jan Christofferson: „The Monster Massacre“ in: Von Feilitzen Cecilia, Carlsson Ulla (Eds.): „Children in the New Media Landscape“, p. 27 ff.

⁶ Lisbeth Schierbeck & Bo Carstens: Violent Elements in Computer Games: in: Von Feilitzen Cecilia, Carlsson Ulla (Eds.): „Children in the New Media Landscape“, p. 127 ff.

⁷ Z.B.: www.aboutourkids.org/articles/war.html; oder www.familyeducation.com; oder auch www.childrennow.org

⁸ Lien Social 576, 10 mai 2001: Télévision, jeux vidéo : génération sous influence?, S. 6.

⁹ <http://ec.ecjs.free.fr/3educiv/sanstele1.htm>

¹⁰ Kunstforum, Bd. 153, Januar-März 2001, S. 182ff.

¹¹ Siehe www.lfr.de/aktuelles/veranstaltungs-kalender/fachtagung-paedag-2001-kurz.php3

¹² Bergit Fesenfeld: Presse- u d Öffentlichkeitsarbeit für Kinderrechte, Ein Praxisbuch, Verlag an der Ruhr, Mülheim an der Ruhr, 1977.

¹³ z.B. Medienkoffer „Werbung“ der Landesrundfunkanstalt Nordrhein-Westfalen.



BIO-
Qualität, die
man schmecken
kann.

NATURATA

- Rollingsgrund
161, rue de Rollingsgrund
L-2448 Luxembourg
Tel.: 00352 44 78 77 776
Bücher/Kleider/Geschenkartel
- Dudelange
- Esch-sur-Alzette
- Munsbach-OIKOPOLIS
- Hoppertingen/Schneck-Haff
- Capellen/Wilhelm-Haff