

Aufenanger, Stefan

## Fernsehen und Kleinstkinder. Eine neue Zielgruppe der Programmacher?

*Medien praktisch 16 (1992) 4, S. 4-7*



Quellenangabe/ Citation:

Aufenanger, Stefan: Fernsehen und Kleinstkinder. Eine neue Zielgruppe der Programmacher? - In: Medien praktisch 16 (1992) 4, S. 4-7 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-14017 - DOI: 10.25656/01:1401

<http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-14017>

<http://dx.doi.org/10.25656/01:1401>

### Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### Kontakt / Contact:

peDOCS  
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Digitalisiert

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

# Fernsehen und Kleinstkinder

Eine neue Zielgruppe der Programmierer?

von Stefan Aufenanger

In den bisherigen Diskussionen um die Bedeutung und Nutzung des Fernsehens in Familien sind Familien mit Kindern unter drei Jahren bisher stark vernachlässigt worden. Es gibt nur wenige Studien, die sich ausschließlich auf diese Altersgruppe der Kleinstkinder als Fernsehzuschauer konzentrieren. Die offiziellen GfK-Messungen der großen Sendeanstalten erfassen jedenfalls nicht diese Altersgruppe, da rein methodisch gesehen die ermittelten Werte zu ungenau sein dürften.<sup>1</sup> Auf der anderen Seite gibt es bei einigen Sendeanstalten Überlegungen, spezifische Programmangebote für diese Altersgruppe auszuarbeiten.

Aus der Perspektive dieser beiden Seiten, der Familien und der Sender, wird einem deutlich, daß diese Kleinstkinder eine wichtige Gruppe sind, wenn man sich vergegenwärtigt, daß die Jüngeren am Fernsehen nicht vorbeikommen, wenn z.B. ältere Geschwister da sind. Weiterhin kann man sich gut vorstellen, daß in jungen Familien unter beengten Wohnverhältnissen schon Babies beim Fernsehen der Eltern dabei sind.

Die von vielen (Medien-)Pädagogen aufgestellte Forderung, Kinder erst ab einem gewissen Alter fernsehen zu lassen, geht an der Tatsache vorbei, daß die neuen elektronischen Medien schon so weit in den familialen Alltag eingedrungen sind, daß jegliches pädagogische Bemühen zur Kontrolle aussichtslos erscheint.

## Studien zum Thema

Im folgenden soll deshalb in einer kurzen Übersicht ein Einblick in Studien zu diesem Thema vermittelt werden. Anschließend wird der Versuch des japanischen Fernsehens vorgestellt, ein Programm für die Zielgruppe der Zweijährigen zu entwickeln.

Dr. Stefan Aufenanger, geb. 1950, ist Privatdozent für Medienpädagogik am Päd. Institut der Universität Mainz.

Im deutschsprachigen Raum ist vor allem die Untersuchung von Bettina Hurrelmann u.a.<sup>2</sup> hervorzuheben, die in einer groß angelegten Studie Familien ohne Kabelanschluß mit solchen Familien verglich, in denen ein erweitertes Programmangebot des Dortmunder Kabelpilotprojekts empfangen werden konnte. Der Vergleich bezog jeweils 200 Familien ein, die nach einem Jahr wiederholt befragt wurden. Etwa ein Drittel der insgesamt 400 Familien hatten nur Kinder in der Altersgruppe null bis sechs Jahre, bzw. von den insgesamt 629 Kindern aller Familien waren 17% zwischen null und drei Jahre alt.

Ein erstes wichtiges Ergebnis der Hurrelmann-Studie bezieht sich auf die Nutzungszeiten von Fernsehen und Video dieser bisher vernachlässigten Altersgruppe. So sahen diese Kinder im Durchschnitt 25 Minuten täglich fern. Differenziert man jene Kinder, die in einem Haushalt mit und in einem ohne Kabelanschluß leben, dann ergibt sich ein Verhältnis von 33 Minuten zu 17 Minuten.

Diese Daten machen also zum einen deutlich, daß schon Kinder unter drei Jahren knapp eine halbe Stunde täglich fernsehen, und zum anderen, daß ein erweitertes Programmangebot zu erhöhten Nutzungszeiten bei den Kindern dieser Altersgruppe führt, die doppelt so hoch wie bei jenen sind, die nicht auf dieses Angebot zurückgreifen können. Gegenüber diesen Fernsehzeiten beträgt die Buchnutzung täglich etwa nur 13 Minuten.

Da heute, sechs Jahre nach dieser Studie, die meisten Haushalte in Deutschland entweder per Kabel- oder per Satellitenanschluß auf ein viel umfangreicheres und vor allem auch an die Interessen kleinerer Kinder adressiertes Fernsehprogramm empfangen können, muß davon ausgegangen werden, daß mit Beginn der neunziger Jahre diese Werte schon längst überschritten sind.

Neben diesen Daten lassen sich bei Hurrelmann u.a. auch Fallbeschreibungen von jungen Familien mit kleinen Kindern finden. Diese Fälle sind sehr aufschlußreich, da sie das Zustandekommen der genannten Zahlen klarmachen.

Am Beispiel der Familie B. wird dies besonders deutlich: Frau B. ist einundzwanzig Jahre alt, Herr B. sechsundzwanzig Jahre und der gemeinsame Sohn sechs Monate. Nach Angaben der Mutter sieht ihr Mann an Wochentagen täglich viereinhalb Stunden fern sowie drei Stunden Video; bei Frau B. ergeben sich zusammen fünf Stunden täglich. Der halbjährige Sohn ist die meiste Zeit beim Fernsehen der Eltern dabei. Die Mutter gibt für ihn für wochentags eine Stunde und für das Wochenende vier Stunden täglich an.

In der Fallstudie von Bettina Hurrelmann wird auch die Funktion des Fernsehens beschrieben, die es schon für das kleine Kind hat. So wird Frau B. zitiert: „Und manchmal mach ich's schon mal, wenn ich für 'ne halbe Stunde Ruhe haben will, dann stell ich ihn (den Sohn) dann mit der Wippe davor und dann hab ich auch Ruhe. Dann is er also, dann strahlt er die Leute an und versteht zwar nichts, aber die Bilder findet er wohl schön.“<sup>3</sup>

Ein Jahr später hat sich in der Familie B. wenig geändert. Zwar schaut Frau B. nun weniger fern, da ihr Sohn sie nun mehr beansprucht, aber das allgemeine Fernsehverhalten hat sich kaum geändert. Im Gegenteil, der Sohn ist in das gemeinsame Fernsehen mit seinen eineinhalb Jahren schon voll integriert. Dazu Frau B.: „Abends sitzen wir alle, der Kleine inbegriffen. Das heißt, der spielt also mehr, ne. Wir sitzen und kucken, und er hat ja sein ganzes Spielzeug im Wohnzimmer, un der der spielt dann am Tisch.“ Der Sohn kann auch nicht ohne Fernsehen einschlafen: „Er schläft also mit dem Fernsehen, ich hab ihn dann so auf'm Schoß, und dann hat er den Kopf da liegen. Dann kuckt er also ein bißchen und dabei schläft er dann ein, und wenn er eingeschlafen is, leg ich ihn ins Bett.“<sup>4</sup>

Die Eltern unterbinden das Mitsehen ihres Sohnes nur, wenn extrem brutale Szenen in Horrorfilmen oder Krimis laufen und er davon Angst bekommt.

In einer anderen Familie aus der Studie von Hurrelmann wird von den Eltern gewünscht, daß ihr siebenjähriger Sohn und die zweijährige Tochter fernsehen, da dann beide in der kleinen Wohnung keine Unordnung machen können.

Es wäre sicher falsch, sich über diese beiden Familien zu entrüsten, da soziale und soziokulturelle Bedingungen den Eltern oft-

mals keine andere Wahl lassen, als die Kinder in das gemeinsame Fernsehen miteinzubeziehen. Über die Bedingungen von Familien mit kleinen Kindern und den damit verbundenen Umgang mit Fernsehen oder Medien insgesamt wissen wir noch sehr wenig.

Eine andere Studie, die von Dafna Lemish<sup>5</sup> aus den USA, beschreibt das Verhalten, das Kinder von Geburt an entwickeln und das sie zu einem fernsehenden Kind werden läßt. Die Autorin hat in einer qualitativen Feldstudie in sechzehn Familien Kinder vom sechsten Lebensmonat an bis zum Alter von drei Jahren beobachtet, wie sie eine Aufmerksamkeit für das Fernsehen entwickeln. Diese Beobachtungen wurden über einen Zeitraum von einem halben Jahr durchgeführt. Die Autorin konnte in ihren Forschungen die folgenden Etappen isolieren.

In den ersten sechs Monaten zeigen Babys schon ein Interesse an dem Geschehen auf dem Bildschirm, indem sie entweder ihren Kopf beim Liegen in Richtung Fernsehapparat hinwenden oder beim Stillen bzw. Flaschegeben Blicke auf den laufenden Apparat werfen. Der zielgerichtete Blick auf das Fernsehen läßt schon ansatzweise ein Bewußtsein für ein interessantes Objekt vermuten.

Gegen Ende des ersten Lebensjahres wird das Interesse am Fernsehen immer größer. Zwar betragen die Zuwendungen in den meisten Fällen nur wenige Minuten, die Kinder der Altersgruppe von einem halben bis zu einem Jahr zeigen aber schon gesteigerte Aufmerksamkeit bei Werbesendungen und bei Sendungen wie der *Sesamstraße*.

Im dritten Lebenshalbjahr, also von einem bis eineinhalb Jahren, bilden sich schon die ersten individuellen Präferenzen aus. Die Kinder erkennen etwa die Anfangsmelodie der *Sesamstraße* und wenden sich dabei sofort von ihren Aktivitäten ab und dem Fernseher zu. Kinder in diesem Alter bilden auch schon spezifische Programmpräferenzen aus und können Gegenstände und Figuren aus der Fernsehwelt auch in anderen Medien wiedererkennen; wir bezeichnen dies als den Medienverbund, der die Kinder etwa auf Bettwäsche, Trinkgläsern oder Hörkassetten in ihrem Alltag begleitet. In diesem Alter ist das Fernsehen bei vielen Kindern schon Teil ihres Lebens geworden.

Mit wachsendem Alter wird auch die Zuwendung diesem Medium gegenüber immer intensiver und länger. Die Kinder bekommen sogar schon ein Zeitgefühl dafür, wann ihre Lieblingssendung gesendet wird; sie können auf Programmzeiten hinweisen. Ein weiteres Phänomen taucht in dieser Alters-

gruppe auf: Die Kinder sitzen mit zunehmenden Alter immer öfter allein vor dem Bildschirm. Mit zweieinhalb Jahren hat sich außerdem ein festes Sehverhalten bei den Kindern ausgebildet, mit den entsprechenden Vorlieben und Erwartungen. Man kann also daraus schlußfolgern, daß unsere Kinder schon als Babys in eine Welt hineinwachsen, die durch das Fernsehen geprägt ist und die ihre Handlungen und Verhaltensweisen bestimmt.

### Kleinstkinder-Fernsehen in Japan

Auf diesen Umstand scheint sich die japanische Medienforschung und auch die japanische Fernsehanstalt NHK einzustellen.<sup>6</sup> Dort interessiert man sich besonders für das Fernsehverhalten der null- bis zweijährigen. In einer ersten Studie wurde deren Fernsehnutzung in einer schriftlichen Befragung von 267 Kindern in einer Vorstadt von Tokio erfaßt.

37% der Kinder im Alter bis zu einem Jahr waren tagsüber in dem gleichen Raum untergebracht, in dem der Fernsehapparat stand. In 34% der Fälle galt dies auch für die Kinder im Alter zwischen einem und zwei Jahren, und ab dem zweiten Lebensjahr verringerte sich der Anteil jener Kinder, die sich tagsüber in der Nähe des laufenden TV-Geräts aufhalten, auf 20%.

Es wurde auch nach der Zeit gefragt, die der Fernseher im Durchschnitt täglich in Betrieb ist. Überhaupt nicht an war das Gerät nur in 2% der befragten Familien, bis zu einer Stunde bei 3%, zwei bis drei Stunden bei 17%, vier bis fünf Stunden bei 23%, sechs bis sieben Stunden bei 16% und acht Stunden und mehr bei 11% der Familien mit Kindern in der Altersgruppe bis zwei Jahren. Im Alter von dreizehn bis siebzehn Monaten erreichte das Fernsehen ca. 30% der Kinder dieser Altersgruppe, die durchschnittlich drei Stunden täglich fernsehen.

Auch nutzten diese Kinder schon den Videorekorder, zwar nur 10% der Kinder täglich und nochmals 10% mehrmals wöchentlich, aber es zeigte sich auch, daß schon mit dem ersten Lebensjahr 15% der Kinder selbst eine Kassette einschieben und das Gerät an- und ausmachen konnten. Bei den Zweijährigen beherrschten diese Fähigkeit schon 29% der Kinder, 9% der zweijährigen verlangten von ihren Eltern, daß ein bestimmtes Programm aufgenommen wird, und 41% dieser Altersgruppe wünschten das Abspielen einer bestimmten Kassette auf dem Videorekorder.

Die Autoren beschreiben auch das Verhalten, das Kinder dieser Altersgruppe im Umgang mit dem Fernsehgerät entwickeln. Mit etwa einem Jahr beginnen sie, mit dem Apparat und vor allem dem Wahlknopf für die Kanäle zu spielen, den sie dann mit zwei



Foto: dpa

Jahren ganz gezielt einsetzen können, um ihr Lieblingsprogramm zu wählen. Auch fangen die Kinder schon sehr früh an, intentional fernzusehen, und zwar genauso wie die Erwachsenen. Dies tun öfters und immer 36% der bis einjährigen, 56% der ein- bis zweijährigen und 64% der zweijährigen Kinder. Dabei zeigen sie überwiegend folgende, durch das Programm ausgelöste Verhaltensweisen: Mitsprechen, Kichern, in die Hände klatschen oder Handlungen nachmachen und Redewendungen bzw. Werbespots nachsprechen.

Für die Autoren wird aus der Befragung weiterhin deutlich, daß Fernsehen in der japanischen Familie für die Kleinstkinder in erster Linie eine Babysitter-Funktion ausübt. So ergab die Befragung, daß viele Mütter während der Hausarbeit, den Vorbereitungen in der Küche oder sogar während des Einkaufens ihre Kinder vor dem Fernseher sitzen lassen.

Die Folgerung aus diesem Umstand, daß schon Kleinstkinder viel fernsehen, ist für die Japaner nicht — wie wir Deutsche dies etwa tun —, den Fernsehkonsum rigoros einzuschränken und Aufklärungskampagnen über die Gefährlichkeit des Fernsehens zu starten, sondern gezielt ein Programm für diese Altersgruppe zu entwickeln. Man argumentiert, wenn die Kinder das Fernsehen schon als ein positives Medium ansehen, dann sollte man es auch für pädagogische Ziele nutzen. Man kann sich dabei auf Ergebnisse der schon eben erwähnten Befragung stützen, in der deutlich wird, daß zwar nur 17% der Mütter von einem guten Einfluß des Fernsehens auf ihre kleinen Kinder (unter zwei Jahren) ausgehen, aber nur 7% einen schlechten Einfluß unterstellen. 76% der befragten Mütter sind unentschieden. Mit dem zunehmenden Alter der Kinder nimmt jedoch diese Sichtweise der Mütter ab, d.h. sie unterstellen dem Fernsehen mehr schlechten als guten Einfluß.

Weiterhin kann sich die Idee eines pädagogischen Kinderprogramms für Vorschul-

kinder auf die weite Verbreitung des Fernsehens und von Video in den Kindergärten stützen. So waren 1990 fast 70% der Kindergärten mit einem Farbfernseher und 54% mit einem Videorekorder ausgestattet. 72% der Kindergärten (etwa 17.000) und 76% der Nursery Schools (etwa 11.000) nutzten das spezielle Programmangebot von NHK für ihre Kinder. Die größte Akzeptanz genießt also das Fernsehen bei Müttern mit Kindern im Alter bis zu zwei Jahren.

Aus diesem Grund wurden für diese Altersgruppe spezifische Programme getestet, die später auch ausgestrahlt werden sollten. Man konnte dabei an Erfahrungen anknüpfen, die man schon von für Vorschulkinder produzierten Sendungen hatte, wie etwa *With Mother*, eine Serie für drei- und vierjährige. In einer ersten Phase beschäftigte sich eine Forschungsgruppe mit der Frage, was eigentlich die Aufmerksamkeit von zweijährigen Kindern erregt. Man fand heraus, daß diese vor allem andere Kinder sowie deren Stimmen, große Tiere, Zeichentrick eher als Puppen und eher eine ruhige Kamera als Zooms und Einstellungsänderungen bevorzugten. Weiterhin stellte man fest, daß Zweijährige sich besonders für das Zählen von Objekten interessieren sowie für solche Verhaltensweisen wie Zähneputzen, Waschen und Ordnungmachen und alle Fertigkeiten mit Händen und Fingern.

Anschließend wurden entsprechende Kurzfilme produziert, in denen die genannten Eigenschaften alle auftauchten. Vor der Ausstrahlung wurde aber erst eine Testphase eingeschaltet, in der Zweijährige beim Ansehen dieser Filme hinsichtlich ihrer Aufmerksamkeit, ihrer Reaktionen und anderer Verhaltensweisen (z.B. Mitmachen) beobachtet wurden. Ein erstes Ergebnis zeigte, daß schon im Alter von zwei Jahren geschlechtsspezifische Differenzen auftraten: Mädchen zeigten mehr Interesse an den sozialen Verhaltensweisen als die Jungen.

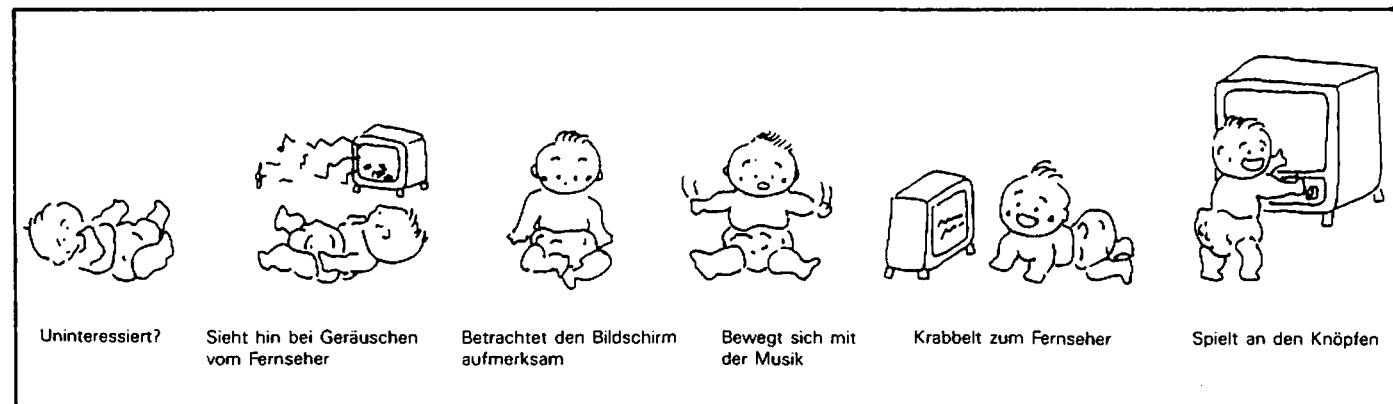
Weitere Ergebnisse aus daran folgenden Experimenten machten deutlich, daß mit zu-

nehmenden Alter der Kinder (bis zu drei Jahren) die Erzählweise sowie die Kürze des Handlungssegegens bedeutsam werden. Die Aufmerksamkeit dieser Kinder war vom Verständnis der Geschichte abhängig. Wurde sie nicht verstanden, wurde auch die Aufmerksamkeit geringer.

In einer zweiten Testphase wurden dann Zeichentrickfilme produziert (*Kids Like Us*), die zum Ziel hatten, die Kinder über ihr eigenes Verhalten nachdenken zu lassen. In einer sehr aufwendigen Forschungsphase wurden für zehn Zeichentrickfiguren typische Charaktere entworfen, die in den Filmen in typischen Szenen aus dem Alltagsleben von Zweijährigen agierten (z.B. Sandkastenspiele). In einem Experiment schauten sich dann 96 zwei- und vierjährige Kinder in einem Labor im Beisein ihrer Mutter die produzierten Zeichentrickfilme sowie gleichzeitig einen anderen, mehr ablenkenden Film (beide jeweils eine Minute Länge) an.

Untersucht wurde, wie aufmerksam die Kinder den Experimentalfilm verfolgten. Dabei zeigten sich schon deutlich Unterschiede zwischen diesen beiden Altersgruppen sowie auch innerhalb der Filme. Die Zweijährigen konnten auch zum größten Teil den Inhalt der Filme kaum als eine Geschichte wiedergeben, doch manche Detailfrage richtig beantworten. Die Zeichentrickfilme wurden anhand der Forschungsergebnisse noch einmal überarbeitet — Charaktere sowie Handlungen, die keine Aufmerksamkeit erzeugten, wurden gegen andere ausgetauscht — und anschließend von NHK ausgestrahlt.

Eine Befragung von 277 Kindern drei Monate nach Beginn der Serie zeigte, daß mit der Häufigkeit des Sehens die Akzeptanz vor allem bei den Jüngsten enorm zugenommen hatte. Den Produzenten von NHK bereiten zwei Dinge jedoch noch Kopfschmerzen: Es werden nur wenige Charaktere bevorzugt; warum die anderen nicht? Was ist an ihnen anders? Liegt es an den Farben, den Zeich-



Frühkindliche Entwicklungsstufen hin zum fernsehenden Kind

nungen oder was sonst? Und warum sehen auch die drei- und vierjährigen gerne diese Filme, wo sie doch eigentlich für die zwei-jährigen produziert wurden? Wie müssen Filme aussehen, die sich ganz speziell an diese Altersgruppe wenden? Weitere Forschung ist also notwendig!

Mit diesen Programmentwicklungen bleibt das japanische Fernsehen jedoch nicht stehen. Vielmehr wird im Bereich der Forschung untersucht, inwiefern der auditive Anteil des Fernsehens (vor allem Musik) sich auf den Fetus auswirkt. Um entsprechende Reaktionen festhalten zu können, wurde mit Hilfe von Ultraschall die Mundbewegung des sich im Bauch entwickelnden Kindes aufgezeichnet. Man wollte damit feststellen, ob Mundbewegungen entsprechend der Musik ausgeführt werden. Bisher war es aber aufgrund der technischen Bedingungen noch nicht möglich, diesen Nachweis zu führen. Auf der anderen Seite sagt man sich, daß man mit der Programmentwicklung für Zweijährige nicht stehenbleiben darf, wenn man weiß, daß schon ab dem sechsten Monat Kinder sich dem Fernsehen zuwenden. Also wurde eine Forschungsgruppe gegründet, die sich mit einer Programmentwicklung für die bis Zweijährigen beschäftigt.

**Schlußfolgerungen**

Was sind nun die Folgerungen der hier referierten Studien? Es ist deutlich geworden, daß Kleinstkinder schon sehr früh, ja fast von Geburt an, mit dem Medium Fernsehen konfrontiert werden. Entweder können sie mit „sehen“, wenn sie gestillt werden oder die Flasche bekommen, oder sie verfolgen das Geschehen auf dem Bildschirm, während sie in dem gleichen Raum sind, in dem die Eltern oder auch Geschwister fernsehen. Sie entwickeln auf diese Weise sehr früh ein eigenständiges Fernsehverhalten, das durch Programmwahl, durch Lieblingssendungen und durch Mitmachaktionen

(z.B. Nachsprechen, Mitklatschen) gekennzeichnet ist.

Die Erweiterung des Programmangebots in zeitlicher und inhaltlicher Sicht, die Veränderungen in den familialen Beziehungen durch neue Lebensformen (z.B. Teilzeit-Lebensgemeinschaften) und eine zunehmende Unfähigkeit von Eltern, ihren Kindern Grenzen zu setzen bzw. ihre eigenen Bedürfnisse und die ihrer Kinder in ein Gleichgewicht zu bringen, dürfte diesen Trend verstärken. Denn die Medien mit ihrer Symbolik und ihren Geschichten bekommen für die aufwachsenden Kinder eine immer stärkere sinnstiftende Funktion, die im traditionellen erzieherischen Verhältnis — falls es dies überhaupt noch gibt — nicht mehr verwirklicht wird. Auf der anderen Seite wird gezielt versucht, diese Aufmerksamkeit der Kleinsten für das Fernsehen pädagogisch zu nutzen, wie das japanische Beispiel zeigt.

Wohin wird also die Entwicklung gehen? Sicher ist, daß die momentan aufwachsende Generation das Fernsehen nicht mehr als etwas Besonderes ansieht, wie es ihre Eltern und natürlich auch die vielen (Medien-)Pädagogen noch sehen: es ist eine Selbstverständlichkeit in ihrer Lebenswelt geworden. Man muß aber auch sehen, daß damit nicht der alleinige Trend gekennzeichnet ist.

Ich bin im Gegenteil der Meinung, daß das Fernsehen für Kinder in seiner Alleinherrschaft schon abgelöst wird von den Videospielen, für die der Gameboy und das Nintendo Entertainment Set exemplarisch stehen. In vielen Familien nimmt die Beschäftigung mit dieser Spielform schon einen größeren zeitlichen Raum ein als das Fernsehprogramm. Zwar spielen momentan (noch) nur die Vor- und Grundschul Kinder mit diesen Geräten, aber schon sind Trends zu erkennen, die zeigen, daß die erste Kontaktaufnahme mit solchen Spielen sich immer früher einstellt. Und die großen Firmen der Medienunterhaltungsindustrie werden diese Gruppe auch schon bald entdecken.

**Anmerkungen**

1. Die Unsicherheit der GfK-Messungen ergibt sich daraus, daß man sich nicht sicher sein kann, ob Kinder unter sechs Jahren den entsprechenden Knopf auf der für die Messung ausgerüsteten Fernbedienung bei Beginn und Ende des Zuschauens auch drücken.

2. Bettina Hurrelmann, Harry Possberg und Klaus Nowitzky: *Familie und erweitertes Medienangebot*. Band 7. Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund. Düsseldorf 1988. In gekürzter Fassung auch erschienen als Bettina Hurrelmann: *Fernsehen in der Familie. Auswirkungen der Programmweiterung auf den Mediengebrauch*. Weinheim/München 1989.

3. Hurrelmann u.a. 1988, S. 352/353

4. Hurrelmann u.a. 1988, S. 355

5. Dafna Lemish: *Viewers in Diapers: The Early Development of Television Viewing*. In: Thomas R. Lindloff: *Natural Audiences: Qualitative Research of Media Uses and Effects*. Norwood, N.J. 1987, S. 33-57; und Dafna Lemish & Mabel L. Rice: *Television as a Talking Picture Book: A Prop for Language Acquisition*. In: *Journal of Child Language* 13 (1986), S. 251-274.

6. Takashiro Akiyama & Sachiko Imaizumi Kodaira: *TV Viewing by Infants in Japan*. In: *Medienpsychologie* 1 (1990), S. 191-199; Sachiko Imaizumi Kodaira: *The Development of Programmes for Young Children in Japan*. In: *Journal of Educational Television* 16 (1990), S. 127-150; Sachiko Imaizumi Kodaira: *Kinderfernsehen und Medienforschung in Japan: Historischer Überblick und gegenwärtige Tendenzen*. In: *Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): Kinderfernsehen und Fernsehforschung in Japan und der Bundesrepublik Deutschland*. München 1989, S. 29-58; HBF Newsletter, Issue Nr. 29, December 1989, darin: *Infants in the Age of Television — Effects of Audio and Visual Broadcasting on Prebirth Babies to Early Childhood*.

Ich danke Herrn Paul Löhr vom IZI (München) für das Material, das er mir zu dieser Thematik zur Verfügung gestellt hat.

**Bücher zum Schwerpunktthema:**

Sylvia Näger  
*Kreative Medienerziehung im Kindergarten*  
Freiburg u.a.: Herder 1992

Jürgen Barthelmes u.a.  
*Medienerfahrung von Kindern im Kindergarten*  
München: DJI 1991



Spricht zu Figuren auf dem Bildschirm

Freut sich über Figuren und Dinge, die es mag

Mimik

Ahmt Kind auf dem Bildschirm nach

Tanzen

Stellt Fragen

Quelle: HBF Newsletter 29/1989, S. 4 (vgl. Anm. 6). Zeichnung: Wigge