

Stefan Weiler

Computerkids sind starke Fernseher

Computershows für Kinder und Jugendliche haben Konjunktur bei Programmanbietern. Wer einmal ein AV-Gerät im Kinderzimmer stehen hat, landet oft beim eigenen PC und ist auch sonst ein eifriger Medienutzer – aber kein Bücherwurm.

Kinder- und Jugendsendungen, die im Jahre 1994 in das Programm deutscher TV-Anstalten aufgenommen wurden, haben nur wenig gemeinsam mit ihren Vorgängern der 80er Jahre. Computershows und Computer-Future-Clubs haben Konjunktur. Interaktivität ist der angestrebte gemeinsame Nenner und das Zugpferd, das Jugendliche vor die Fernsehschirme locken soll. An MTV und VIVA angeglichene Schnittfolgen, Video-Clip-ähnliche Jingles mit akustischer Techno-Untermalung, rasende Steady-Cam-Fahrten, extrem coole Moderatorentypen, mit einem Vokabular aus der »Dance-Trance« und „Cyberspace“-Szene entnommen, sind die Merkmale dieser »Mega-«, »Cyber-«, »Hyperprogramme«. Während jedoch die Formate unterschiedlich präsentiert werden, sind die Inhalte der neuen Programme sehr ähnlich. Dargeboten werden Computerspiele, Game-Boys, Videospiele, und Hintergrundinformationen über High Technology, im geschrumpften Format der Computerbenutzeroberfläche.

Was wollen Computersendungen im Fernsehen?

Wie fügen sich Computersendungen in die Freizeitgestaltung der Kinder ein? Verstärkt sich durch deren Rezeption der Trend einer zunehmen-

den Mediatisierung im Kinderzimmer oder wird ihnen gar durch den geschickten Einsatz von Werbebotschaften suggeriert, Computerprodukte via Bildschirm zu erwerben?

Die Werbeinseln vor, während und nach diesen Shows, sowie die von Marketingstrategen geschickt eingebauten »Messages« verweisen darauf, daß Kinder als Wirtschaftsfaktor und Trendsetter durchaus in die Überlegungen findiger Marketingstrategen vorrangig eingeplant werden. Hinzu kommt, daß Ereignisse und Inhalte auch unterschiedlicher Medien zunehmend miteinander verschränkt werden. Ereignisse werden initiiert, wie dies am Beispiel der »Dinomanie« exemplarisch aufgezeigt werden kann.

Werden diese neuen Sendungstypen auch von Kindern und Jugendlichen angenommen und besteht Nachfrage für solche Programme?

Um hier weiterzukommen, ist es zuerst notwendig, genaue Erkenntnisse über die Motivationen und Situationen, die zum Medien- oder Ereigniskonsum führen, zu sammeln. Das Medienumfeld und die biografischen Daten von Kindern bieten erste Anhaltspunkte. Deshalb wurde eine Konzentration auf eine Teilgruppe der befragten Kinder, die sogenannten Computerkids, d. h. diejenigen, die exklusiven Zugang zu Computern oder besondere Fähigkeiten im Umgang mit PCs besitzen, einer allgemeineren Darstellung vorgezogen.

Die Ergebnisse dieses Berichtes beinhalten Befunde von ausgewählten Teilstichproben des Gesamtkinderpanels DINO-FON, das 1993 durch die ZDF-Medienforschung erstellt und 1994 erweitert wurde. Insgesamt konnten 662 Kinderangaben in die Stichprobe aufgenommen werden, 330 Jungen (50%) und 332 Mädchen (30%). 286 (43%) entstammten

der Altersgruppe von 6 bis 9 Jahren, 194 (29%) waren 10 bis 11 Jahre und 182 (28%) 12 bis 13 Jahre alt. Als Anhänger des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurden 175 Kinder (26%) identifiziert, während 236 (36%) die privaten Anstalten als Sender präferierten. Als beiden Sendesystemen zugewandt erwiesen sich 76 (12%) und keine Vorlieben zeigten 166 (25%).

Elektronische Medien im Kinderzimmer

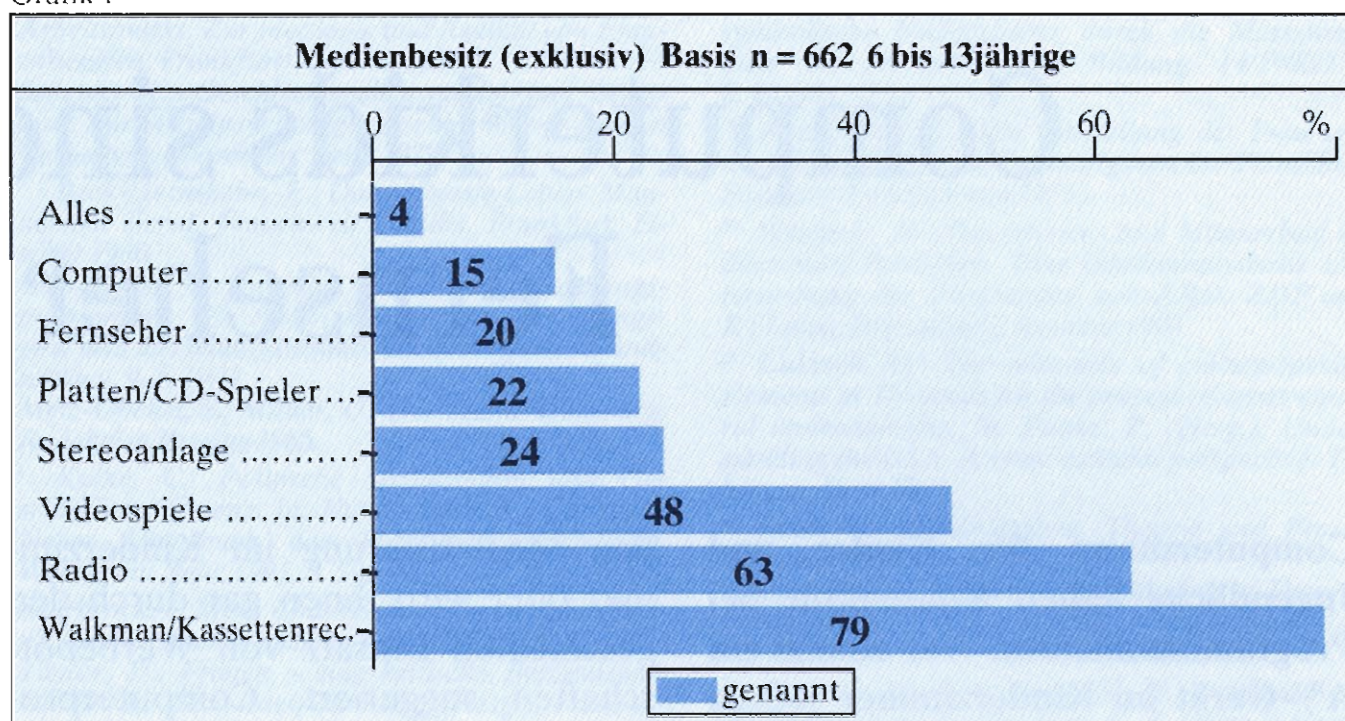
Wir werfen einen Blick in ein Kinderzimmer im Jahre 2000. Ein Großbildschirm, der sowohl Computer, Fernseher, Telefon als auch Radio integriert, nimmt den Blick gefangen. Hunderte von CD-Roms, die programmlich, musikalisch und virtuellspielerisch genutzt werden können, schaffen die Möglichkeit, interaktiv in eine virtuelle Realität einzutauchen. Die dreifache Ausfertigung eines »Data-Overalls«, dem neuen Modetrend bei Heranwachsenden, in der Farbe »Blue-screen-blau« hängt im chromblitzenden Kleiderschrank. Die Cyberspacebrille hilft bei der Lösung der Geographie-Hausaufgaben. Nun zurück zur Realität des Jahres 1994. Wie sieht die Computer- bzw. Medienwirklichkeit in deutschen Kinderzimmern heute aus? Der Weg zum »jugendlichen Domizil 2000« scheint nicht mehr weit zu sein, denn es zeigen sich schon heute erstaunliche AV-Medien-Besitzstände bei den Kindern.

Von 662 Befragten lauschen mehr als drei Viertel (79%) ihrer Lieblingsmusik auf dem eigenen Walkman oder Kassettenrecorder (N=520). Drei Fünftel (63%) schalten sich durch die Hörfunkkanäle am eigenen Radio (N=420). Fast die Hälfte spielen Videospiele (48%) oder auf Game-Boys (N=318), ohne von den

Eltern unterbrochen zu werden. Ein Viertel (24%) kann sich eine Stereoanlage (N=156) leisten und Platten- (22%) oder CD-Spieler (N=144), von den Eltern ungestört, bedienen. Für jedes fünfte Kind (20%) bietet sich die Möglichkeit, im eigenen Zimmer durch TV-Kanäle zu zappen (N=132). Exklusiven Zugang zu einem Computer haben schon 15% der Kinder (N=96).

Natürlich gibt es auch einige wenige Kinder, die ohne elektronische Medien ihre Freizeit gestalten »müssen«. Es können jedoch noch mehr ausgemacht werden, die zwischen mehreren elektronischen Medien in ihrer Privatsphäre auswählen können. 26 Kinder konnten identifiziert werden, die der Vision des Jahres 2000 schon recht nahe kommen. Sie verfügen exklusiv über alle abgefragten und zuvor in die Diskussion eingebrachten Medien. Mit diesen 4% kann der Schritt in das Jahr 2000 vorweggenommen werden. Weitere 84 heranwachsende Computer-, Walkman- und Game-Boy-Eigner (12%) folgen nur in knappem Abstand (s. Grafik 1). Diese Zahlen gelten insgesamt. Wird der Faktor Alter in die Auswertung eingebracht, kann mit zunehmendem Alter eine Steigerung dieses Trends konstatiert werden. Besonders die Jugendlichen über 12 Jahre zeigten einen erstaunlichen Besitzstand an eigenen TV-Geräten (36%) und Computern (22%). Videospiele und Game-Boys konnte mehr als jedes zweite Kind dieser Altersgruppe sein eigen nennen, dies gilt auch für Radios oder CD-Spieler. Als alter Hut

Grafik 1



erwiesen sich die schon vermuteten geschlechterspezifisch unterschiedlichen Besitzverhältnisse von Medien. Fast dreimal so viel Jungen (N=67) wie Mädchen (N=25) haben einen Computer. Etwas anders sieht es aus, wenn man sich die Mitbenutzung von PCs bei Geschwistern bzw. den gemeinsamen Besitz anschaut. Denn fast genauso vielen Mädchen (N=56) wie Jungen (N=68) bietet sich die Gelegenheit, mit Geschwistern einen Computer zu nutzen (s. Grafik 2). Insbesondere die älteren Kinder haben Zugang zum PC. Bei mehr als 40% der über 12jährigen gibt es einen Computer im Haushalt. Diese Verteilung spiegelt jedoch lediglich die Besitzverhältnisse der Eltern wider. Die Wahrscheinlichkeit, daß der Vater (37%) einen Computer beruflich oder privat zu Hause nutzt, ist mehr als doppelt so hoch wie der Fall, daß der Mutter (15%) ein eigener PC

gehört. Die meisten älteren Kinder teilen sich ein Gerät mit einem oder mehreren Geschwistern, die Verwandten bieten sich nur in sehr geringem Ausmaß als Computerpartner an.

Wer besitzt einen Computer ?

Wie können nun Kinder, die einen PC ihr eigen nennen, typologisch charakterisiert werden? Eine Varianzanalyse konnte wichtige Befunde liefern. Wie aufgezeigt, bestimmen im wesentlichen Alter und Schichtzugehörigkeit den Computerbesitz. Je älter die Kinder und je vermöglicher die Eltern (p=.000) sind, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, daß Computersound aus dem Kinderzimmer schallt. Diese computerbesitzenden Kinder verfügen durchschnittlich über DM 5,15 Taschengeld in der

Grafik 2

	Geschlecht		Alter			Sendesystempräferenz				Alle
	Junge	Mädchen	6-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre	öffentl.-rechtliche	private Sender	beides	keine	
Nein	58	75	74	64	58	62	67	65	68	67
mit Geschwistern	21	17	16	22	20	22	14	17	22	19
Allein	21	8	10	14	22	11	19	18	10	15
Ins-gesamt	100 (N=330)	100 (N=332)	100 (N=286)	100 (N=194)	100 (N=182)	100 (N=175)	100 (N=236)	100 (N=76)	100 (N=166)	100 (N=662)

Woche, während ihre weniger privilegierten Altersgenossen fast 8 DM weniger im Monat einstreichen.

Computerbesitzer sind zumeist Einzelkinder. Wenn mehrere Kinder in einem Haushalt leben, sinkt die Wahrscheinlichkeit, einen eigenen PC zu besitzen. Hier liegt die Frage nahe, ob Computertätigkeit als Hobby für Einzelkinder eine Art Geschwister-Stellvertreterfunktion einnimmt. Das sieht nicht so aus, denn auch diese Einzelkinder unterhalten eher Freundschaften zu anderen Kindern und zu mehr Gesprächspartnern, die für ihre Probleme Zugang haben. Ihr Umfeld ist nicht zuletzt dadurch bestimmt, daß die Eltern häufiger als Ansprechpartner zur Verfügung stehen und ihren Kindern mehr Zeit widmen. Kindern mit Computerzugang bieten sich eher die Möglichkeiten, Gespräche mit Freunden oder Eltern zu führen. Die These einer Verringerung von sozialen Kontakten durch den Umgang mit PCs kann daher nicht unterstützt werden.

Der Fernseher als Ursprung ?

Wie kommen Kinder überhaupt dazu, mit Computern, die mit Joystick und Maus versehen im Kinderzimmer gewöhnlich auf dem besten Platz stehen, zu spielen oder rechnen zu wollen? Finden sich noch weitere elektronische Medien im Kinderzimmer, steigt die Wahrscheinlichkeit, daß auch ein Computer vorhanden ist, um ein Vielfaches. Kann mit der eigenen Fernbedienung durch die TV-Kanäle gezappt werden, ist ein PC-Besitz viermal wahrscheinlicher ($p=.000$). Diese Tatsache gilt ebenso für eigene Game-Boy-Videospiele ($p=.002$), in geringerem Maße für Stereoanlagen ($p=.002$), Radios ($p=.032$) oder Platten-/CD-Spieler ($p=.016$), aber auch für Walkmen ($p=.043$). Der Computer steht, auch bedingt durch den hohen Preis, am Ende einer Kette von elektronischen Medien. Alles beginnt mit dem ersten Erwerb von AV-Medien.

Printmedien, abgesehen von Computergebrauchsanweisungen und Spiel-

beschreibungen, spielen eine geringere Rolle im Leben der Computerkids. D. h. Bücher, aber auch Geschichtenskassetten – eher für jüngere Kinder wichtig – zeigen ebensowenig einen Einfluß auf den Besitz eines Computers wie die Zugänglichkeit von Gesprächspartnern.

Das Interesse der Eltern

Nicht nur das bloße Vorhandensein von AV-Gerätschaften, sondern auch die Nutzungshäufigkeit bestimmt Computerbesitz und den Wunsch, am PC virtuelle Welten zu erleben oder nur zu rechnen und auf einer Tastatur zu schreiben.

Interessanterweise zeigen sich sowohl bei der Fernsehnutzungshäufigkeit der Kinder ($p=.015$) als auch der Eltern ($p=.039$) sowie deren Systempräferenzen hochsignifikante Befunde. Eindeutig kann festgestellt werden: Computer gehören denjenigen Kindern, die häufig fernsehen. Je mehr TV-Konsum, desto wahrscheinlicher kann ein PC im Kinderzimmer vorgefunden werden. Das gleiche gilt für die Eltern. Ihr Fernsehkonsum korreliert mit dem ihrer Sprößlinge.

Je mehr TV-Konsum, desto wahrscheinlicher ein PC im Kinderzimmer

Je häufiger sie fernsehen, um so eher sind ihre Kinder gewillt, mit Computern umzugehen. Aber auch das »Was« der Programmnutzung ist von Bedeutung.

Die Eltern der Computerkids bevorzugen noch öffentlich-rechtliche Anbieter, während ihre Kinder inzwischen für die Privaten plädieren. Die Gründe für diesen Umschwung in der Systempräferenz liegen in der Suche dieser Kinder nach spannenden Angeboten begründet, die sie vornehmlich bei RTL, RTL2 und PRO 7 zu finden glauben. Sie sind ein Teil des nach dem Bamberger Soziologen Gerhard Schulze (Die Erlebnisgesellschaft, Frankfurt/M. 1992) bezeichneten Spannungs- und »Erlebnisschemas« geworden.

Computerkids können daher in einem Umfeld von erhöhtem Medienkonsum und gesteigerten multimedialen Einsatzmöglichkeiten ausgemacht werden. Sowohl Eltern als auch Kinder zeigen sich an Medien und Medienaktivitäten mehr als interessiert und aufgeschlossen.

Rund um die Uhr Spiele?

Welche »soundblaster“-unterstützten Geräusche geistern nun durch die Kinderzimmer des Jahres 2000? Das Szenario eines verkabelten und vernetzten Kinderzimmers spricht neben der simplen Verfügbarkeit auch Ängste bezüglich des Zeitvolumens und der Nutzung des heimischen PCs an. Realitätsverlust durch täglichen Spiel- und Simulationskonsum ist nur eine der möglichen Schreckensvisionen, die als Folge von exzessivem Computerspieleinsatz befürchtet werden. Diese Ängste sind nicht ganz aus der Luft gegriffen, wie die folgenden Befunde unterstreichen, denn neben anderen Medienaktivitäten dienen vorwiegend rückläufige kreative Tätigkeiten, wie z. B. eine musikalische Ausbildung, als Zeitlieferanten für das Eintauchen in die Computerwelt (s. Grafik 3).

Wer einen Computer zur Verfügung hat, nutzt ihn nicht zwangsläufig täglich. Unter den 218 Kindern sind auch diejenigen mitberücksichtigt, die einen PC mit Geschwistern teilen oder bei ihren Eltern computern dürfen. Insgesamt verdoppelt sich durch die Einbeziehung der Teil-User die Anzahl derjenigen mit Computerzugang auf 40% (N=218). Bei den Angaben über tägliche bzw. mehrstündige Beschäftigung mit dem Gerät (N=46) und seltener, nur sporadischer Nutzung in der Woche (N=172) erwies sich nur ein Fünftel (21%) als »besessene« Nutzer. Aber die Riege der Exzessivnutzer rekrutiert sich ausschließlich aus den Kreisen der Computerbesitzer. Dies bedeutet: fast jedes zweite Kind mit einem PC im Kinderzimmer schaltet diesen auch täglich ein.

Auch in dieser Gruppe stellten die Jungen die Mehrzahl der Täglichnut-

Grafik 3

Computerbeschäftigungsdauer nach demographischen Angaben und Sendesystempräferenz (Basis= 218 Kinder mit Computerzugang aus dem Gesamtsample von 662 Kindern zwischen 6 und 13 Jahren, in %)											
		Geschlecht		Alter			Sendesystempräferenz				Alle
		Junge	Mädchen	6-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre	öffentl.-rechtliche	private Sender	beides	keine Sender	
3	seltener	20	30	16	43	20	27	21	15	30	24
2	ein paar Tage die Woche	58	50	62	55	57	47	56	70	57	55
1	täglich 1-2 Stunden	22	20	22	22	23	25	24	15	13	21
	Ins-gesamt	100 (N=136)	100 (N=82)	100 (N=73)	100 (N=70)	100 (N=75)	100 (N=59)	100 (N=77)	100 (N=27)	100 (N=53)	100 (N=218)

zer (N=30). Mädchen (N=16) erwiesen sich eher als sporadische Nutzer, die ihre Freizeit-Interessen weiter streuen als Jungen. Das Alter bestimmt, wie es aufgrund von unterschiedlichem kognitiven Entwicklungsstand zu erwarten war, die Dauer der Beschäftigung mit dem Medium. Die über 10jährigen gebrauchen ihren PC wesentlich häufiger als die Jüngeren. Diese Zunahme gilt besonders für diejenigen, die häufiger fernsehen ($p=.008$) und private Sender präferieren. Je mehr ein Kind fernsieht und je stärker es private Anbieter bevorzugt, desto extensiver wird es sich mit dem PC beschäftigen. Erlebnisorientierung scheint also im Zentrum der Freizeitgestaltung zu stehen. In Annäherung an die Ergebnisse zum Computerbesitz ist auch hier eine ähnliche Fernsehnutzungshäufigkeit bei Kindern und Eltern auszumachen.

Die zuvor gewonnenen Erfahrungen am elektronischen Gerät lassen auch Rückschlüsse auf den Zeitaufwand vor dem PC zu. Der Besitz eines Walkmans oder eines Game-Boys erhöht die Wahrscheinlichkeit für einen täglichen Umgang mit dem Computer. Die zuvor am Game-Boy oder an anderen elektronischen Geräten erworbene Kompetenz wird sofort am PC umgesetzt. Die Kinder wachsen aus dem Game-Boy-Alter heraus und in das Computeralter hinein, ohne jedoch ihre altbekannten Spielgeräte entscheidend zu vernachlässigen. Es kann daher gefolgert werden, daß die Computernutzung im Umfeld

einer erweiterten Mediennutzung als quasi zusätzliche Tätigkeit erfolgt. Der PC wird in den täglichen Zeitablauf eingepaßt, ohne von den anderen Medienaktivitäten viel Zeit zu fordern. Freizeit wird zur Medienaktivität, Fernsehen und Game-Boy zum Katalysator des PCs. Die Problematik dieser Orientierung wird deutlich, wenn Faktoren kreativer Betätigungen, wie z.B. das Erlernen eines Musikinstrumentes, miteinbezogen werden. Hier zeigt sich, daß häufige Beschäftigung mit dem Computer die Wahrscheinlichkeit und den Wunsch, ein Musikinstrument zu lernen, deutlich verringert ($p=.008$).

Wer hilft beim Computern?

Das verzweifelte Gespräch mit dem befreundeten Experten über die Tücken des Rechners ist wohl jedem PC-Benutzer bekannt. Das gilt auch für Kinder, trotz der ihnen eigenen unbestrittenen Findigkeit im Umgang mit Elektronik. Wer zeichnet für den Einstieg und die Begleitung der täglichen Ausflüge der Kinder in die Welt der Computer verantwortlich? Wer unterstützt sie vor und nach ihrer Tätigkeit?

Vier (N=175) von fünf Kindern, die sich als Mitbenutzer eines PCs zu erkennen geben, werden und wurden bei ihrer Tätigkeit unterstützt. Bei jüngeren Kindern erfolgt die Hilfestellung vornehmlich durch die Eltern, während die Schule eine noch geringe Rolle spielt. Dies ändert sich

im Verlauf ihrer Computerkarriere. Spezialkenntnisse werden zum einen durch Freunde und Geschwister oder später durch die Schule vermittelt. Der Zeitfaktor spielt hier eine große Rolle. Je mehr Zeit ein Familienmitglied für die Kinder erübrigen kann und will, desto eher kann es Hilfestellung leisten. Da Eltern zumeist weniger Muße als die Geschwister haben, bleiben diese die Hauptansprechpartner (47%) vornehmlich für die älteren Kinder. Dieses bedeutet jedoch nicht, daß sie von den Eltern vernachlässigt werden, denn hauptsächlich durch den Vater (37%) erfahren Kinder Hilfe (52%), sowohl hinsichtlich einer Computerberatung als auch in der allgemeinen Fernschnutzung, zumal sich diese Gruppe hilfsbereiter Eltern offensichtlich generell mehr Zeit für ihre Computer-Kinder nimmt. Besonders Einzelkindern wird in Gesprächen über Fernsehhalte und Computeranwendung »Erste Hilfe« geleistet. Dies gilt in besonderem Maße für jüngere Eltern unter 40 Jahren, die Generation der ersten »Fernsehkinder«, die auch im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit und ihrer Sozialisation schon frühzeitig Zugang zu Computern hatten. Fallen die Eltern als Ansprechpartner weg, wird auf die Geschwister und nahe Freunde zurückgegriffen. Können diese nicht mit Hilfestellung zur Seite treten, werden Comics ($p=.018$) und Musik ($p=.013$) zu Ausweichinstanzen. Bei jüngeren Kindern wird dies mit Geschichten-Kassetten kompensiert.

Spiele – nichts als Spiele?

Der Sound verrät den Spieler. Es wird geboxt, geschlagen, gerannt, geschossen, mit Autos und Motorrädern um die Wette gefahren. Die Welt wird simuliert und dies unüberhörbar mit möglichst lebensechten Geräuschen begleitet. Andere Varianten der PC-Nutzung verraten weniger den User und wecken auch nur geringere Ängste bei den Beobachtern. Denn mit Zeichnen, Malen, dem Programmieren oder der Textverarbeitung wird gemeinhin eine größere Kreativität im Umgang mit dem PC verbunden.

Aber welche Tätigkeiten dominieren? Sind es vornehmlich spielerische Elemente, die die jungen User vor die PCs locken, oder etwa Mal- und Zeichenprogramme? Wer programmiert, rechnet mit dem Computer oder schreibt seine Texte auf dem Bildschirm?

Tabelle 1

Computernutzung, Tätigkeiten (Mehrfachantworten)	
Spiele	55% (N=202)
Malen, Zeichnen	9% (N=32)
Schreiben, Text	18% (N=66)
Lernprogramme	5% (N=19)
Programmieren	4% (N=16)
Rechnen	7% (N=25)
Musik	2% (N=6)

Insgesamt bieten Computerspiele für Kinder die größte Anziehungskraft. Dies gilt in besonderer Weise für die Jüngeren (66%). Auch Zeichnen und überraschenderweise Rechnen beweisen für die unter 10jährigen mehr Attraktivität als das Schreiben von Texten oder Programmiervorgänge, die eher für die Älteren ansprechend sind (s. Tab. 1).

Der Einstieg erfolgt über Spiele und Zeichen- oder Malprogramme und wechselt im Verlauf der »Computerkarriere« zu kreativeren Tätigkeiten mit dem PC. Letzteres gilt besonders für die über 10jährigen Kinder. Video- und Computerspiele bleiben jedoch interessant, wenn die Eltern sich weniger um ihre Kinder kümmern können, über eine geringere formale Ausbildung und geringeres Einkommen verfügen. Anspruchs-

vollere Tätigkeiten mit dem Computer bleiben oberen Bildungsschichten vorbehalten. D. h. auch beim Umgang mit Computern zeigen sich unterschiedliche Besitzverhältnisse (der Eltern) wie auch ihre unterschiedlichen Kompetenzen (Wissenskluft). Je weniger sich Eltern mit ihren Kindern beschäftigen können und wollen, da sie beruflich zu sehr eingespannt sind, desto mehr wenden sich Kinder den Spielen am Computer zu und vom »Spielen« mit dessen eigentlichen Möglichkeiten ab.

Ein weiteres Indiz für die Bedeutung der Eltern für einen kreativeren Umgang ihrer Kinder mit dem Medium zeigt sich in dem Befund, daß Kinder, die einen Gesprächspartner angeben, auch anspruchsvollere Tätigkeiten am Computer ausüben (p=.069). Dies gilt insbesondere dann, wenn dieser Ansprechpartner bei Fragen zum Thema PC unterstützend einwirkt (p=.006).

Neben dem Elternhaus erweist sich die Schule bei den älteren Kindern als eine Instanz, die den Ausschlag für einen kritischen Umgang mit dem Medium gibt. Kinder, die gerne zur Schule gehen, üben anspruchsvollere Tätigkeiten am Computer aus. Nicht zuletzt: Gute Schüler spielen weniger und lernen mehr.

Finden sich viele Bücher im Kinderzimmer und empfinden die Kinder Spaß am Lesen, treten Computerspiele in den Hintergrund, dann rücken eher Lernprogramme und Textverarbeitungsprogramme in den Mittelpunkt ihrer Interessen.

Computerkids und das duale Fernsehsystem

Wie schon zuvor festgestellt, erweist sich der Besitz eines Fernsehgeräts als die Variable, die Medienkonsum und weiteren Medienbesitz am wahrscheinlichsten macht. Dies gilt zum einen für die Häufigkeit der Fernsehnutzung (p=.000) – um sowohl den Eltern als auch den Kindern einen ungestörten und exklusiven Programmkonsum zu gewährleisten – wie auch für alle anderen Formen des Medienbesitzes (s. Tab. 2).

Tabelle 2

Bedeutung des Fernsehgerätebesitzes für weitere Medienausstattung	
Medium	Signifikanz (TV-Besitz) (P=)
Game-Boy/Videospiel	.000
Computerbesitz	.000
Radiobesitz	.005
Stereobesitz	.000
Platten-/CD-Spieler	.000
Walkman/Kassettenrekorder	.031
Telefonnutzung	.000

Ausnahme Printprodukte

Für Printprodukte gelten konträre Ergebnisse, denn Kinder mit eigenem Fernseher besitzen in der Regel weniger Bücher als ihre Altersgenossen. Das Lesen tritt in den Hintergrund, kreative Tätigkeiten oder die Schulung von musischen Talenten ist selten. Der Besuch der Schule wird von den Vielsehern eher abgelehnt. Dieser Befund wird noch einmal dadurch unterstrichen, daß diese Schüler keine Lieblingsfächer mehr nennen wollen.

Abnehmende Kreativität

Kinder, die einen eigenen Fernseher besitzen, sind nicht so kreativ tätig wie ihre weniger konsumierenden Altersgenossen. Dazu haben sie auch weniger Zeit, denn wenn Kinder einen Fernseher ihr eigen nennen, schauen sie fast dreimal so viel fern wie diejenigen ohne Fernseher. Ebenso gilt für sie, daß sie eindeutig die privaten Anbieter präferieren. Dies zeigt sich folgerichtig auch bei den Computerkids, die im allgemeinen Anhänger von RTL, SAT 1 und PRO 7 geworden sind. Fast jedes fünfte Kind gibt sich als exklusiver Seher der Privaten zu erkennen (19%), während sich nur noch jedes Zehnte (11%) als öffentlich-rechtlicher Exklusivseher outet.

Ihre Eltern hingegen vertreten noch die traditionelle Präferenz von öffentlich-rechtlichen Programmen (21%). Aber auch hier schließen die kommerziellen Sendeanstalten auf (17%).

Dieser Trend kehrt sich um, falls der PC zusammen mit Geschwistern genutzt wird. Fast jedes vierte Kind gibt

nun an, vornehmlich ARD und ZDF zu sehen. Einzelnutzer können daher eher als erlebnisorientierte Fernsehkonsumenten charakterisiert werden. Wird die Kompetenz der Kinder am Computer zu Rate gezogen, nivellieren sich die Senderpräferenzen mit Tendenz zum öffentlich-rechtlichen Sendesystem. Ebenso lassen sich Unterschiede der Computernutzung der unterschiedlichen Systembefürworter finden. Kinder, die die öffentlich-rechtlichen Sender bevorzugen, nutzen ihren PC eher zum Schreiben, ihre Altersgleichen mit Hang zu den Privaten zum Programmieren.

Spaß und Erlebnis durch Comedy

Fernsehkonsument und Fernsehgerätebesitz wurden als wichtige Bestimmungsgrößen für Computerbesitz, sowie Art und Weise, aber auch für die Dauer der Tätigkeiten am PC definiert. Doch wie gestaltet sich der Tag vor dem Fernseher, welche Sendungen und Inhalte werden von den Computerkids bevorzugt? Werden die Nennungen der Lieblingssendungen im gesamten Fernsehprogramm in die Untersuchungen miteinbezogen, ergibt sich nach einer kategorisierten Auswertung folgendes Bild (s. Tab. 3):

Tabelle 3

Lieblingssendung in Kategorien	Computerbesitz	
	exklusiv	nein
Comedy	16,4%	8,1%
Krimis	3,9%	1,2%
Kindersendungen	18,8%	28,6%
Zeichentrick	18,8%	23,4%
Spielfilme	3,9%	3,3%
Tiere/Wissenschaft/Politik	2,3%	2,2%
Action-/Teenie-Sendungen	21,9%	23,4%
Spielshow	3,1%	1,6%
Fernsehfilm	1,6%	0,7%
keine Angaben	9,4%	7,4%

Computereigner zeichnet ein höheres Interesse an Comedysendungen wie beispielsweise der *Cosby Show*, Spielshows und Krimis aus. Kinder, die ohne PC im Haushalt aufwachsen, bevorzugen spezielle Kinderan-

gebote, beispielsweise das ZDF-Kinderstudio, *Bim Bam Bino* u. ä. sowie Zeichentricksendungen (*Trick 7*) neben den Action- und Teenieserien (*Beverly Hills 90210*). Computerkids präferieren insgesamt eher leichtere Formen der Unterhaltung.

Um eine Bewertung vornehmen zu können, sollen nun die höchsten prozentualen Nennungen der Kinder bezüglich ihrer Lieblingssendung vorgestellt werden. Die Vorliebe für Zeichentrick, Comedy und altersgruppenspezifische Sendungen – für die Kleineren die *Sendung mit der Maus* und die Größeren *Beverly Hills 90210* –, spiegeln sich in der kategorisierten Darstellung der Lieblingssendungen der Kinder (s. a. Tabelle 3). Die Charaktere und Inhalte von Zeichentricksendungen beruhen zumeist auf Vorbildern, die sowohl dem fiktiven Realfilm, als auch aus Comic-Heften entnommen wurden. Die Bereitschaft, diese Figuren auch anzunehmen, steigt mit zunehmendem Alter und Fernsehkonsum. Vielseher sind daher auch zumeist Comic-Vielnutzer und Comic-Programmliebhaber. Dies gilt ebenso für die Computerkids (s. Tab. 4).

Tabelle 4

Lieblingssendung der Kinder (N=662)	
keine Nennung	12%
Disney Club (ARD)	8%
Bill Cosby Show (PRO 7)	8%
Beverly Hills 90210 (RTL)	6%
Sendung mit der Maus (ARD)	5%
Parker Lewis (PRO 7)	5%
Kinderstudio (ZDF)	4%
Bim Bam Bino (KABELK)	3%
Schlümpfe (ZDF)	3%
Freunde fürs Leben (RTL)	3%
Garfield und seine Freunde (PRO 7)	3%
Gute Zeiten, schlechte Z... (RTL)	3%
Löwenzahn (ZDF)	3%
Pippi Langstrumpf (ZDF)	3%
Trick 7 (PRO 7)	3%

Der »Game-Boy-User« als Vorstufe zum Computerkid

Werden die Angaben der Lieblingssendungen nach seltener oder häufiger Computernutzung differenziert, offenbaren sich beträchtliche Unterschiede. Während sich die Seltennutzer auf den Bereich der Teeniesendungen wie *Beverly Hills 90210* und

Comedyprogramme, aber auch noch die *Sendung mit der Maus* festlegen, bekunden die Täglichnutzer Präferenzen für Actionsendungen (*Parker Lewis*) und öffentlich-rechtliche Kinderprogramme wie die Serie *Es war einmal...* oder das *Kinderstudio*.

Es zeigt sich für die Computerkids ein Bedarf an spannenden Sendungen, aber auch für pädagogisch wertvollere Programme wie dem *Kinderstudio*. Diese Tendenz unterstreicht der Game-Boy als Vorstufe oder Ersatz für den eigenen Computer finanzschwächerer Kinder. Auch hier legen sich die Game-Boy-Kinder auf Actionsendungen und Teenieserien fest. Eine eindeutige Vorliebe für *Beverly Hills 90210*, *Bill Cosby* und *Parker Lewis* zeigen die Vielseher mit eigenem Fernsehgerät im Zimmer. Game-Boy- und Computer-User weisen Programmnutzungsparallelen auf. Beide outen sich als Publikum für Actionserien. Spannung und Erlebnis stehen im Mittelpunkt ihrer Interessen.

Game-Boy und Videospiele

Die als Vorstufe zum Computerspiel oder Computerbesitz bezeichneten Taschencomputerspiele, als Game-Boy oder allgemein Videospiele in jeder Form auf dem Markt, bieten den Käufern bis zu einem gewissen Grad häufig den spannenden Kitzel eines echten Computerspiels. Aus diesem Grund sollen Befunde über die Nutzungsgewohnheiten und »User« dieser Vorform des Computerspiels in die Gesamtanalyse miteinbezogen werden (s. Grafik 4).

Wie schon zuvor beim Computerbesitz konstatiert, verfügen besonders Jungen über Game-Boys oder Videospiele (N=177). Ebenso zeigt sich deutlich, daß diese Spiele vorzugsweise für ältere Kinder oder Jugendliche konzipiert und von ihnen konsumiert werden. Mehr als dreimal so viele Kinder über 12 Jahre (N=104) nennen einen Game-Boy ihr eigen als 6- bis 7jährige (N=32). Die Spannung, die sie bevorzugen, findet diese Gruppe vornehmlich bei den privaten Sendern (60%), weniger den öf-

Grafik 4

Gameboy-Videospiel im Besitz, Anzahl der Spiele, nach demographischen Angaben und Sendesystempräferenz (Basis = 662 Kinder zwischen 6 und 13 Jahren in %)										
	Geschlecht		Alter			Sendesystempräferenz				Alle
	Junge	Mädchen	6-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre	öffentl.-rechtliche	private Sender	beides	keine	
Nein	46	58	64	55	43	59	40	47	63	52
ja	54	42	36	45	57	41	60	53	37	48
Insgesamt	100 (N=330)	100 (N=332)	100 (N=286)	100 (N=194)	100 (N=182)	100 (N=175)	100 (N=236)	100 (N=76)	100 (N=166)	100 (N=662)
über 5 Videospiele	31 (N=102)	15 (N=48)	18 (N=51)	28 (N=54)	25 (N=45)	13 (N=22)	32 (N=76)	17 (N=13)	22 (N=37)	23 (N=150)

fentlich-rechtlichen (37%). Dies gilt im Gegensatz zu den computerbesitzenden Kindern auch für die Eltern der »Game-Boy-Kids«. Diese finden sich vornehmlich bei den Fernsehvielsehern und formal weniger gebildeten Weniglesern. Game-Boy oder Videospiele stellen also das weniger teure Pendant, den quasi Computerersatz für finanzschwächere Eltern, das billige Äquivalent zum Heim-PC dar. Mit einem durchschnittlichen Taschengeld von DM 4,38 liegen sie ca. eine DM pro Woche unter den Computerkids, jedoch weit über dem Durchschnittswert. »Game-Boy-Kids« repräsentieren auch bezüglich ihrer Finanzkraft eine Vorstufe zu den Computerkids.

Der Besitz eines Game-Boys erhöht analog zum Computerbesitz die Wahrscheinlichkeit des Eigentums anderer Medien, jedoch in abgeschwächter Form. Game-Boy-Eigner lesen gerne Comics, schauen – aufgrund ihres höheren Alters dürfen sie das auch – länger fern und nutzen oft ein TV-Gerät mit Geschwistern (p=.049) zusammen.

Diese Ergebnisse werden auch durch die Angaben zum durchschnittlichen Besitz von Game-Boys oder Videospiele pro Kind bestätigt. Immerhin nennen 26% der Videospiele 7 bis hin zu 95 Spiele ihr eigen. Dies gilt für die Jungen mehr als für die Mädchen, für die Älteren eher als für die Jüngeren und für die, die privaten Rundfunk vorziehen, dreimal so häufig wie für die öffentlich-rechtlichen Anhänger. Die Eltern, zumeist durchschnittlich jünger als 40 Jahre und Anhänger

von RTL, RTL2 oder PRO 7, unterstützen die Neigungen ihrer Kinder. Die chronologische Kette des Medienbesitzes kann in eine Reihenfolge gebracht werden, die sich im groben auch an der Altersstruktur der Besitzer orientiert. Es beginnt mit dem Einstieg in das Walkman-/Game-Boy-/Videospiele-Alter und setzt sich mit Erwerb eines Computers fort. Schichtspezifische Merkmale sind ebenso entscheidend wie die Fernsehnutzung.

Fazit

Der Blick in die Kinderzimmer des Jahres 1994 zeigt: Die Mediatisierung ist schon weit vorangeschritten. Multimedia realisiert sich in den Räumlichkeiten und im (Medien-)Umfeld der Heranwachsenden. Fast jedes Kind besitzt ein elektronisches Medium, jedes siebte einen eigenen Computer, 4% sogar die ganze Palette. Der Einstieg in die virtuelle Welt erfolgt mit der Anschaffung erster AV-Geräte, setzt sich spielerisch mit dem billigen Game-Boy fort und endet vorläufig in Ermangelung »besserer« Alternativen am heimischen PC. Die PC-Fachwelt und Computersprache wird über Spiele erschlossen. Diese können zuallererst mit Hilfe des billigen Game-Boys auf ihren Spannungsgehalt getestet und später mit dem PC grafisch und interaktiv aufgewertet werden. Der kreativere Part am Rechner kann und wird erst nach einer spielerischen Phase und dem Ablegen von Berührungäng-

sten genutzt. Daher stehen Spiele und Spielesendungen vornehmlich am Beginn der Computerkarriere. Die Älteren verlegen sich eher auf kreativere Tätigkeiten, »zocken« und »daddeln« jedoch auch weiterhin. Unterstützt werden sie zumeist durch ihre formal besser gebildeten und mit größeren finanziellen Möglichkeiten ausgestatteten Eltern, die sich in der Regel mehr mit ihren Sprößlingen beschäftigen.

Während die Eltern den öffentlich-rechtlichen Anstalten die Treue halten, ziehen ihre Kinder die Angebote der Privaten vor. Beiden aber kann ein hoher Medienkonsum nachgesagt werden.

Für den Programmierer kann daher gefolgert werden, daß Computersendungen im Trend liegen und auch gute Chancen haben, ihren festen Platz im Programmangebot einzunehmen – aber nicht zwangsläufig für alle Sendungen dieser Art. Vor allem Spannung und Action werden gefordert. Wird dies den Kindern nicht geliefert, besteht die Gefahr, daß auch solche Sendungen auf massive Ablehnung stoßen. ■

DER AUTOR

Stefan Weiler M. A. ist Doktorand am Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Mannheim und freier Mitarbeiter der ZDF-Medienforschung.