

Medienkompetenz und Medienpädagogik
in einer sich wandelnden Welt

Radio & Co.

10 Antworten



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

Mit Hörmedien sind traditionellerweise Radio, Hörkassetten, CDs sowie die dazugehörigen Verbreitungsmittel wie Radiogerät, CD-Spieler, Kassettenrecorder und Walk-/ Disc-Man/ (neuerdings) MP3-Player gemeint. Zu berücksichtigen sind auch die Programme der Musikkanäle im Fernsehen (Videoclips) sowie die über Computer und Internet zugänglichen Angebote.

In der Öffentlichkeit spielen Hörmedien leider oft zu Unrecht nur eine Nebenrolle. Sie stehen vor allem im Schatten des Fernsehens. Dabei können Hörmedien als zentrale elektronische Leitmedien nicht nur bei Jugendlichen, sondern bereits auch bei Kindern im Vor- und Grundschulalter gelten. Darum sind Antworten auf Fragen nach dem Gebrauch von Hörmedien und deren Bedeutung im Leben von Kindern und Jugendlichen wichtig.



1. In welchem Umfang werden Hörmedien genutzt?

Rund ein Drittel der sechs- bis 13-jährigen nutzt pro Tag Radio, CDs und Kassetten. Durchschnittlich hört diese Altersgruppe 20 Minuten am Tag Radio sowie 11 Minuten CDs und andere Hörmedien. Jugendliche zwischen 14 und 19 Jahren hören bereits deutlich mehr: Rund 110 Minuten Radio und etwa 80 Minuten CDs und andere Tonträger. Einen Siegeszug hat jüngst der MP3-Player angetreten. Er ist aus dem Alltag der Heranwachsenden nicht mehr wegzudenken und verbindet das Hören mit dem Downloaden (und Sammeln) von Musik aus dem Internet (Musiktausch und -kaufbörsen).

2. Ganz Ohr – wann und wie hören Kinder (zu)?

Im Vorschulalter sind Geschichten auf Tonbandkassetten und CDs von besonderer Attraktivität. Je älter die Kinder werden, umso mehr Bedeutung gewinnen Radio – vor allem als Musikmedium – und MP3-Player. Die konzentrierte Mediennutzung nimmt ab: Das Radiohören wird mehr denn je zur Nebenbeschäftigung. Es läuft oft aus Gewohnheit als „Klangtapete“ im Hintergrund – auch beim Lernen und beim Hausaufgaben machen. Die begleitende Musik kann stimulierend wirken, insgesamt sind jedoch Vorbehalte anzumelden: Schwierige Aufgaben bedürfen der vollen Konzentration ohne Ablenkung durch Begleitgeräusche.

3. Warum sind Hörspiele bei Kindern so beliebt?

Hörspielkassetten und -CDs sind die zentralen Hörmedien für Vorschulkinder bzw. jüngere Schüler. Wichtig für Kinder ist der eigene Besitz von Abspielapparaten und CDs, an die nicht selten eine gefühlsmäßige Bindung entsteht. Sie ermöglichen eine (selbst)ständige Verfügbarkeit und Wiederholbarkeit des Hörangebots. Tipp: Beim Kauf von Hörspiel-CDs unbedingt auf Qualität achten. Gesucht werden sollten phantasie- und humorvolle Produktionen, die den berechtigten Bedürfnissen der Kinder nach Spannung und Entspannung nachkommen. Der Fachhandel berät gerne und inzwischen auch fachgerecht (auf Gütesiegel achten!). Die Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest informiert über das „Hör-Zuhör-Projekt“ unter www.ohrensputzer.de.

4. Vielhörer – was passiert, wenn Kinder nur noch Hör-CDs und Musik konsumieren?

Vielhören kann nicht allein dadurch bestimmt werden, wie viel und wie lange ein Kind CDs hört, sondern es bedarf in erster Linie einer genaueren Betrachtung dessen, was im einzelnen Fall konkret vor sich geht: Die ausgiebige Nutzung von Hörmedien kann Ersatz für Freunde oder fehlende alternative Freizeitaktivitäten, Signal der Einsamkeit und Ausdruck einer Art Alltagsflucht sein. Tipp: In einem solchen Fall sollte dies als Appell des Kindes verstanden werden, auf sich und seine Problemsituation aufmerksam zu machen.

5. Voll auf die Ohren – ist (Musik-)Hören schädlich?

Ja, wenn Musik zu laut gehört wird. Bei einem Rockkonzert, in der Disco, aber auch unter dem Kopfhörer erreicht die Lautstärke schnell gesundheitsschädliche Ausmaße. Tipp: Kinder über Lärmwirkungen aufklären und bei jüngeren Kindern die Lautstärke kontrollieren.

6. Gute Laune mit Musik?

Hörmedien schaffen einen Rahmen für das Ausleben von Stimmungen und Gefühlen. In der Gleichaltrigengruppe und alleine, bei guter wie bei schlechter Laune beschäftigen sich Kinder und Jugendliche mit Hörmedien (Radio, MP3-Player), die dann der „Stimmungskontrolle“ dienen (Bewegung und Tanz, Entspannung, Besinnung auf sich selbst, wieder in Stimmung kommen, Tagtraum, Unterhaltung u.v.m.).

7. Nur Hits für Kids und Teens im Radio?

Größere Kinder und Jugendliche hören im Radio am liebsten Programme mit viel Pop- und Rockmusik. Die Moderationen sollen „jung“, „trendy“ und „lebendig“ sein. Sketche und Witze sind gewünschter Unterhaltungsstoff. Schlusslichter der „Programmhits“ sind Nachrichten und speziell gekennzeichnete Sendungen für Jungen und Mädchen (Stichwort Kinderfunk).

8. Radioprogramm für jüngere Kinder – gibt's das überhaupt?

Ja, auch heute im Zeitalter des „Easy listening“ bietet der Hörfunk noch anspruchsvolle Funkerzählungen, Literaturlesungen, Kurzhörspiele und Reportagen für Kinder – und dies gar nicht so selten, nur wer weiß das schon? Tipp: Mit den Kindern zusammen einmal eine Programmzeitschrift durchsehen und Kindersendungen auswählen, gemeinsam anhören und solche „Schnuppersendungen“ zusammen besprechen.

9.

Können Kinder und Jugendliche auch selbst Radio machen?

Ja, in vielen Städten gibt es inzwischen Radioinitiativen, die sich zum Ziel gesetzt haben, das Programmspektrum des Radios für Kinder um das Radio der Kinder zu erweitern (Adressen über Jugendämter und Landesmedienanstalten). Alle Kinder und Jugendliche sind hier eingeladen, selbst Radioprogramm zu machen! Ausgewählte Projekte und weitere Informationen finden Sie unter www.soundnezz.de.

10.

Hörmedien und ihr Markt – mehr als nur Musik?

Die Hörmedien-Angebote werden in Serie und mit vielen Vermarktungsmöglichkeiten hergestellt. Mediensymbole, Trick- und Star-Figuren sind überall zu finden: auf dem Tonträger, in der Musikzeitschrift, auf dem T-Shirt und dem Joghurtbecher. Kinder und Jugendliche akzeptieren den Medien- und Konsummarkt und versuchen, sich in diesem möglichst selbständig zu bewegen. Vor allem die Gleichaltrigengruppe, aber auch das Musikfernsehen mit seinen „Szene-Infos“ helfen, „in“ zu sein. Solche Gespräche und Informationen unterstützen bei der Suche und Entwicklung der eigenen Identität. Die Vorlieben der Kinder für bestimmte Programme und Medienstars sollten deshalb unbedingt ernst genommen werden.

Herausgeber:

Medienpädagogischer
Forschungsverbund Südwest
www.mpfs.de

Text:

Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun / Forschungsschwerpunkt Familien-, Jugend- und Kommunikationssoziologie am Institut für Medienwissenschaft der Universität Basel

Gestaltung:

pulsmacher, Ludwigsburg, www.pulsmacher.de
Bildquelle: www.photocase.de

Alle Themen auf einen Blick:

- Gewalt und Fernsehen
- Radio & Co.
- Multimedia
- Lesen
- Fernsehen
- Medien und Wirklichkeit
- Werbung
- Kulturtechniken und Medien
- Medien und die Entwicklung des Kindes
- Medienerziehung im Kindergarten
- Internet
- Handy & Co.



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

Geschäftsstelle / Ltg.:
Thomas Rathgeb
c/o Landesanstalt für
Kommunikation (LFK)
Rotebühlstr. 121
70178 Stuttgart
Telefon: 0711 - 66 99 131
Telefax: 0711 - 66 99 111

info@mpfs.de
www.mpfs.de
Leitung mpfs:
Albrecht Kutteroff, LFK
www.lfk.de
Peter Behrens, LMK
www.lmk-online.de
6. Auflage (2007)