Hochschule Neubrandenburg
University of Applied Sciences
Fachbereich Soziale Arbeit, Bildung und Erziehung

Medien in der frühen Kindheit

Bachelor-Thesis

Studiengang Early Education

vorgelegt von

Hud, Hannah

Erstgutachter: Prof. Dr. phil. habil. Ulf Sauerbrey

Zweitgutachterin: PhD. Laura Burkhardt

URN: urn:de:gbv:519-thesis 2021-0421-7

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ..... **II**
1 Einleitung **3**
2 Begriffsklärungen **4**
2.1 Der Medienbegriff 4
2.2 Der Sozialisationsbegriff 6
2.3 Der Mediensozialisationsbegriff 7
2.4 Der Medienkompetenzbegriff 9
3 Mediale Lebenswelten von Kindern **10**
3.1 Mediatisierte Kindheit 10
3.2 Medienwelten von Kindern 12
3.3 Medien in der frühen Kindheit 13
3.4 Medien in der mittleren Kindheit 14
4 Erhebungs- und Auswertungsmethode **15**
5 Aktuelle Studien zur Mediennutzung von Kindern in den letzten zwei Jahrzehnten **17**
5.1 Mediennutzung in der frühen Kindheit 17
5.1.1 miniKIM-Studie 2012 17
5.1.2 miniKIM-Studie 2014 22
5.1.3 Vergleich miniKIM-Studie 2012 & 2014 26
5.2 Mediennutzung in der mittleren Kindheit 27
5.2.1 KIM-Studie 2000 28
5.2.2 KIM-Studie 2010 32
5.2.3 KIM-Studie 2020 36
5.2.4 Vergleich KIM 2000, 2010 & 2020 40
5.3 Fazit/Resümee 42
6 Fazit **43**
Literaturverzeichnis **47**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geräteausstattung im Haushalt aus der miniKIM-Studie 2012 18
Abbildung 2: Gerätebesitz der Kinder aus der miniKIM-Studie 2012 19
Abbildung 3: tägliche Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2012 20
Abbildung 4: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2012 20
Abbildung 5: liebste Freizeitaktivität aus der miniKIM-Studie 2012 21
Abbildung 6: Geräteausstattung im Haushalt aus der miniKIM-Studie 2014 22
Abbildung 7: Gerätebesitz der Kinder aus der miniKIM-Studie 2014 23
Abbildung 8: tägliche Freizeitbeschäftigung aus der miniKIM-Studie 2014 24
Abbildung 9: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2014 24
Abbildung 10: Liebste Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2014 25
Abbildung 11: Geräteausstattung im Haushalt aus der KIM-Studie 2000 28
Abbildung 12. Gerätebesitz der Kinder aus der KIM-Studie 2000 29
Abbildung 13: Themeninteressen aus der KIM-Studie 2000 30
Abbildung 14: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2000 31
Abbildung 15: tägliche Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2000 31
Abbildung 16: liebste Freizeitaktivität aus der KIM-Studie 2000 32
Abbildung 17: Geräteausstattung im Haushalt aus der KIM-Studie 2010 33
Abbildung 18: Gerätebesitz der Kinder aus der KIM-Studie 2010 33
Abbildung 19: Themeninteressen aus der KIM-Studie 2010 34
Abbildung 20: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2010 35
Abbildung 21: liebste Freizeitaktivität aus der KIM-Studie 2010 35
Abbildung 22: Gerätebesitz der Kinder aus der KIM-Studie 2020 37
Abbildung 23: Geräteausstattung aus der KIM-Studie 2020 37
Abbildung 24: Themeninteressen aus der KIM-Studie 2020 38
Abbildung 25: Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2020 (Teil1) 39
Abbildung 26: Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2020 (Teil2) 39

1 Einleitung

Medien sind ein täglicher Begleiter im Alltag sämtlicher Altersgruppen von Menschen geworden und mittlerweile nicht mehr wegzudenken. Sie dienen beispielsweise der Kommunikation, der Informationsbeschaffung oder der Unterhaltung. Schon die jüngste Altersgruppe, die Kinder, kommen immer früher und intensiver mit Medien in Berührung. Ein Fernhalten von Medien ohne soziale Folgen für die Kinder ist fast gar nicht mehr möglich. Ein Beispiel sei hier die Serie „Paw Patrol“, die so gut wie jedes Kind kennt und gerne schaut. Die Serie ist hier ein Gegenstand, welcher der Kommunikation und der sozialen Interaktion zwischen Kindern dient.

Medien sind für Kinder heutzutage vom Beginn ihres Lebens und in allen Lebensbereichen präsent und sie werden zunehmend mit diesen konfrontiert. Sie wachsen in vielfältigen Medienwelten auf und kommen „ganz natürlich“ mit ihnen in Berührung. Zudem verfügen sie schon früh über eine eigene mediale Lebenswelt.

Das Thema der Mediensozialisation und Medienkompetenz wird aufgrund der Präsenz von Medien im kindlichen Alltag immer wichtiger. Medien müssen hier in den Alltag integriert, gewählt eingesetzt und kontrolliert genutzt werden.

Aus der Problemstellung leitet sich folgende Forschungsfrage ab: „Wie entwickeln sich mediale Lebenswelten in der Kindheit und inwiefern haben sich mediale Lebenswelten von Kindern in den vergangenen zwei Jahrzehnten verändert?“

Wie wachsen Kinder mit Medien auf? Was sind Medienwelten von Kindern? Wie verändern sich Medienwelten von Kindern? Das sind Fragen, die ich in meiner Forschungsarbeit klären möchte. Ich möchte in meiner Bachelorarbeit die Medienwelten von Kindern erforschen. Ich möchte herausfinden, wie sich die medialen Welten von Kindern in Bezug auf Medienlandschaften, Medienfreizeit- und Alltag in den letzten zwei Jahrzehnten verändert haben. Der Schwerpunkt liegt hier zum einen auf der medienwissenschaftlichen Theorie- und Forschungsperspektive der Mediensozialisation und zum anderen sollen Medienwelten von Kindern in der frühen und mittleren Kindheit betrachtet werden.

Im Anfangskapitel gehe ich zunächst auf grundlegende Begriffe der Mediensozialisation ein. Das umfasst den Medienbegriff, den Sozialisationsbegriff, den Mediensozialisationsbegriff und darauf aufbauend den Begriff der Medienkompetenz. Im Kern meiner Arbeit soll es um die medialen Lebenswelten der frühen und mittleren Kindheit gehen und wie mediatisierte Kindheit überhaupt entsteht. Um die medialen

Lebenswelten von Kindern im zeitlichen Verlauf betrachten zu können, nehme ich Bezug auf die miniKIM-Studie und die KIM-Studie. Die Studien vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest liefern Erkenntnisse und Ergebnisse zum Medienbesitz und zur Mediennutzung der Kindheit. Diese Forschungsergebnisse möchte ich vergleichen und Veränderungen im zeitlichen Verlauf darstellen.

2 Begriffsklärungen

In diesem Abschnitt sollen zunächst grundlegende Begriffe geklärt werden. Als Einstieg in die Thematik geht es dahingehend um den Begriff der Medien. Hinleitend zum Begriff der Mediensozialisation folgt ein Definitionsversuch der Sozialisation. Darauffolgend wird der Mediensozialisationsbegriff definiert und im Anschluss der Begriff der Medienkompetenz.

2.1 Der Medienbegriff

Im Kontext der Mediensozialisation möchte ich zunächst auf die Begriffe Medien und Sozialisation eingehen. Diese möchte ich getrennt voneinander definieren, um im Anschluss den Begriff der Mediensozialisation definieren zu können.

Das Wort Medien leitete sich vom lateinischen Begriff „Medium“ ab, stellt ein vermittelndes Element dar und bezeichnet etwas, das sich in der Mitte befindet. Dabei werden Medien als Systeme oder Elemente verstanden, die Träger und Vermittler von Informationen darstellen und der zwischenmenschlichen Kommunikation dienen (vgl. Lepold, Ullmann, 2018, S.40). Kerstin Nitsche lieferte eine Definition für den Begriff und Formen von Medien.

> »Unter Medien versteht man das Bild und/oder das Foto sowie den Computer, das Fernsehen, das Internet und das Telefon. Gemeint sind hier auch Mobiltelefone (Handys), die häufig einen Zugang zum Internet besitzen. Auch das Buch und das Bilderbuch lassen sich den Medien zuordnen, ebenso die Zeitschrift und Zeitung und das Radio. Geräte wie der CD-Player oder der Fotoapparat gehören genauso zur Gruppe der Medien, wie die CD, eine Videokamera oder eine Spielekonsole mit den dazugehörigen Spielen.« (vgl. Nitsche, 2012, S.13)

Im Zusammenhang mit Kommunikation kann zwischen Massenkommunikation und Individualkommunikation unterschieden werden. Die Massenkommunikation verfügt über einen Sender, der viele gleichzeitige Empfänger erreicht. Hierbei hat die Massenkommunikation das Ziel ihre Informationen an eine große Öffentlichkeit zu richten. Die Individualkommunikation verläuft bidirektional und dient der Kommunikation zwischen einzelnen Empfängern, wobei alle Teilnehmer gleichzeitig Sender und Empfänger sein können (vgl. Lepold, Ullmann, 2018, S.41).

Medien durchdringen alle Lebensbereiche von Menschen und weisen dabei eine sozialisierende Wirkung auf (vgl. Fromme et.al. 2011, S.7). Sie verändern den Zugang und das Verständnis von Wirklichkeit. Die Welt ist so, wie sie durch die Mediennutzung wirkt (vgl. Vollbrecht, 2014, S. 117). Dabei wirken die Medien vor dem Hintergrund einer individuellen Auswahl der Medieninhalte und der Wirkungsgrad kann so vom Subjekt eingeschränkt werden. Hierbei sind die Medieninhalte ein Bestandteil sozialer Realität. Sie sind Spiegel und Speicher gesellschaftlicher Normen und Wissensbestände und besitzen eine Informations- und Orientierungsfunktion (vgl. Schorb, 2003, S.76ff.). Die Medieninhalte liefern Eindrücke über soziales Handeln fremder und vertrauter Lebenswelten. Medien unterstützen die Selbstbeobachtung und Selbstreflexion (vgl. Krämer, 2013, S.61f.). Jeder Mensch konstruiert seine eigene Medienwelt und nutzt aufgrund anderer Bedürfnisse andere Medienangebote. Medien werden multifunktional genutzt, denn sie besitzen eine große Funktionsvielfalt. Sie können situativ, sozial oder biographisch genutzt werden. Die situative Funktion meint die Information- und Unterhaltungsfunktion. Die soziale Funktion dient der Interaktion und der eigenen Meinungsbildung. In der biographischen Funktion geht es um die Identitätsbildung und persönliche, entwicklungsbezogene Themen (vgl. Vollbrecht, 2003, S.13ff.).

In Bezug auf Sozialisation, sind Medien als eine eigene Sozialisationsinstanz zu verstehen, da Medien den Lebensalltag begleiten und eine sozialisierende Wirkung aufweisen (vgl. Fromme et. al. 2011, S.7). Sie sind ein permanenter und dominanter Sozialisationsfaktor (vgl. Schorb, 2003, S.78).

2.2 Der Sozialisationsbegriff

Im Kontext der Mediensozialisation möchte ich nun auf den Begriff der Sozialisation eingehen und diesen definieren. Im Anschluss daran geht es um den Begriff der Mediensozialisation.

Sozialisation ist als Interaktion zwischen Individuum und Umwelt zu verstehen und führt zur persönlichen Entwicklung und zur Selbstfindung in der Gesellschaft. Das bedeutet, dass sich Kinder aktiv mit der Umwelt auseinandersetzen und diese mitgestalten (vgl. Lampert et.al. 2018, S.19). In diesem Aneignungsprozess werden die Kinder als aktive, veränderungsfähige Subjekte nicht nur sozialisiert, sondern sozialisieren sich zum Teil selbst. Dieser Prozess kann als „Selbstsozialisation" bezeichnet werden (vgl. Zimmermann, 2003, S.16).

Eine allgemeine Definition, die den Begriff zusammenfassend definiert, liefert Bernd Schorb:

> „Sozialisation bezeichnet den Prozess der Vergesellschaftung des Menschen als Anpassung an und Einbindung in die Gesellschaft. Damit werden unter Sozialisation sowohl die Erziehung als intendierter und institutionalisierter pädagogischer Akt der Vermittlung von Wissen, Normen und Werten gefasst als auch die Formen personaler und medialer Information, die als informelles Lehren bzw. Lernen bezeichnet werden." (Schorb, 2005, S.381)

Im Kontext von Sozialisation wird die Gesellschaft als Normen- und Handlungssystem und die direkte Umgebung als Erziehungsfaktor gesehen. Für den Begriff der Sozialisation können drei theoretische Bezugspunkte betrachtet werden. Die funktionalistische Sozialisationstheorie beschreibt die Sozialisation als Anpassungsprozess an gesellschaftliche Normen, Werte und Ansprüche. Die Sozialisation ist gelungen, wenn sich das Subjekt in das gesellschaftliche System einfügt. Medien sind in diesem Zusammenhang Teilsysteme, die Einfluss auf den Anpassungsprozess nehmen. Die Selbstsozialisation, wie zuvor genannt, beschreibt die psychologische Sichtweise und damit verbunden die selbstständige Aneignung gesellschaftlicher Vorgaben. Dahingehend meint die Selbstsozialisation ebenfalls die eigene Aneignung des Umgangs mit Medien. Das interaktionistische Konzept bezieht sich auf den Vermittlungsprozess zwischen Subjekt und Umwelt. Durch die Übernahme und Veränderung der gesellschaftlichen Umwelt verändert sich ebenfalls das Subjekt

durch individuelle Interaktion. Die Inhalte solcher Sozialisationsprozesse werden dem Subjekt über Institutionen vermittelt (vgl. Schorb, 2005, S.381f.).

Wie bereits erwähnt erfolgt Sozialisation in Interaktion mit der Umwelt. Einerseits werden diese Umwelten von anderen geschaffen, was unter dem Begriff der Fremdselektion zusammenzufassen ist. Andererseits werden diese Umwelten selbst gewählt, was den Begriff der Selbstselektion beschreibt. Sozialisation kann somit als Wechsel- und Zusammenspiel von Fremd- und Selbstselektion verstanden werden (vgl. Krämer, 2013, S.31f.).

Innerhalb des Sozialisationsprozesses werden die einzelnen Akteure unterschiedlich benannt. Die Sozialisanden sind die Neuankömmlinge, welche sozialisiert werden. Das können Kinder sein, aber auch z.B. Einwanderer, die in der Gemeinschaft sozialisiert werden. Die Sozialisatoren sind Menschen, die neue Mitglieder einer Gemeinschaft mit Normen, Werten und Erwartungen vertraut machen. Sozialisatoren lassen sich nochmals in Sozialisationsinstanzen und Sozialisationsagenten unterteilen. Sozialisationsinstanzen sind Personen oder Institutionen, deren Zielsetzung die Gestaltung des Sozialisationsprozesses ist. Das können die Eltern oder der Kindergarten etc. sein. Die Sozialisationsagenten sind Personen und Institutionen, die zufällig sozialisierend wirken, wie z.B. Gleichaltrige, Bezugspersonen ohne Autoritätsverhältnis oder Medien. Die Sozialisationsinstanzen lassen sich nach der jeweiligen Bedeutung für den Sozialisationsprozess unterscheiden. Primäre Sozialisationsinstanzen sind Familie, Freunde und Verwandtschaft. Sekundäre Sozialisationsinstanzen bezeichnen Bildungseinrichtungen. Als tertiäre Sozialisationsinstanzen sind hier Freizeitorganisationen, Gleichaltrige und Medien zu nennen. Die Sozialisatoren beeinflussen sich gegenseitig (vgl. Süss, 2004, S.25f.).

2.3 Der Mediensozialisationsbegriff

Mediensozialisation beschreibt die Sozialisation mit Bezug auf Medien (vgl. Krämer, 2013, S.32). Mediensozialisation stellt ein Wechselverhältnis von Subjekt und Medien dar, wobei sich Subjekt, Gesellschaft und Medien gegenseitig beeinflussen. In diesem Zusammenhang sind Medien gesellschaftliche Einflussfaktoren und Subjekte sind diesem Einfluss unterworfen. Die Wahrnehmung, Nutzung und Verarbeitung von Medien werden im Kontext des Sozialisationsprozesses als Medienaneignung beschrieben (vgl. Schorb, 2005, S.382f.). Im Prozess der Medienaneignung wählen die

Subjekte selbst aus dem Medienangebot aus, welches sie in ihre Sozialisation einbringen möchten. Hierbei wird der mediale Sozialisationsprozess als Wirkprozess auf die Subjekte verstanden. Durch die individuelle Auswahl des Medienangebots kann ihr Wirkungsgrad eingeschränkt werden (vgl. Schorb, 2003, S.76f.). Zum Verhältnis von Medien und Subjekt lassen sich drei verschiedene Ansätze definieren. Zum einen der Ansatz, dass Medien auf Menschen einwirken. Dies bezeichnet eine traditionelle, alltagsweltliche Sichtweise, nach der den Medien ein negatives Wirkungspotenzial zugesprochen wird und die Menschen als Opfer von Medien gesehen werden. Der zweite Ansatz bezeichnet Menschen als medienkompetent. Hier ist der Mensch aktiver Nutzer, der bewusst aus dem Medienangebot auswählt. Im letzten Ansatz interagieren Menschen und Medien miteinander. Die Medieninhalte dienen der Identifikation mit bestimmten Charakteren und eigene Probleme können in die Mediengeschichte projiziert werden. Somit dienen die Medien der Lebensbewältigung, dem Identitätsaufbau und werden als positiv angesehen (vgl. Aufenanger, 2008, S.87f.).

Wie von Daniel Süss (2004) beschrieben, gehören Medien zu den Sozialisationsagenten die nur zufällig sozialisierend wirken. Jedoch sind Medien im Kontext der Sozialisation zu einer weiteren Sozialisationsinstanz geworden, da gesellschaftliche Kommunikation heute vielfach medial erfolgt (vgl. Vollbrecht, 2014, S.118). Zudem sind Medien eine Instanz, die den Sozialisationsprozess aktiv gestalten (vgl. Süss, 2004, S.25). Aufgrund der starken Präsenz von Medien im Kontext von Mediensozialisation stellt der Umgang mit Medien eine eigenständige Entwicklungsaufgabe dar. Die Bedeutung dessen nimmt zu, da die Medien den Alltag heutzutage durchdringen und sich die Mediennutzung zudem ändert. Mediensozialisation wirkt sich jedoch auf jedes Subjekt anders aus, da jeder seine eigenen Voraussetzungen und seine eigene Sozialisation besitzt und die Medieninhalte somit individuell in seinen Lebensalltag einbezieht. Mediensozialisation zieht sich ebenfalls über den gesamten Lebenslauf (vgl. Klimsa & Lange, 2012, S.3). Der Begriff der Mediensozialisation ist als leitende pädagogische Zielvorstellung ebenfalls mit dem Begriff der Medienkompetenz vernetzt. Medienkompetenz hat das Ziel einer gelingenden Mediensozialisation und kann nur sozialisatorisch erworben werden (Vollbrecht, 2014, S.120).

2.4 Der Medienkompetenzbegriff

Medienkompetenz ist die Fähigkeit mit Medien umzugehen und diese für die eigene Entwicklung zu nutzen (vgl. Hurrelmann, 2003, S.15). Gegen Ende der 60er- Jahre wurde der Begriff der „Kompetenz“ von dem Sprachwissenschaftler Noam Chomsky geprägt. Er unterschied dabei zwischen Kompetenz als endliches Regelsystem und Performanz. Unter Kompetenz verstand er die genetisch veranlagte Fähigkeit eine uneingeschränkte Zahl an Sätzen zu formulieren und mit Performanz meint er die Fähigkeit diese Kompetenz anzuwenden (vgl. Lampert et.al. 2018, S.111). Auf der Basis von Chomskys Sprachtheorie, dass alle Menschen potenziell über Sprachmuster einer Universalsprache verfügen, brachte Dieter Baacke Anfang der 70er- Jahre den Begriff der kommunikativen Kommunikation mit ein (vgl. Pietraß, 2018, S. 609). Kommunikative Kommunikation meint die Fähigkeit an der gesellschaftlichen Kommunikation aktiv teilzunehmen. Die Kommunikation in Form und Inhalt reflektierend und bewusst zu nutzen, um die eigene Lebenswelt aktiv mitzugestalten ist das Ziel kommunikativer Kommunikation (vgl. Schorb, 2005, S. 257f.). Kommunikative Kommunikation fügt sich in die Lebenswelt der Menschen ein. Lebenswelt wird hier als konstruierte, reale Umwelt von Erfahrungen und Handlungsmöglichkeiten beschrieben. Die Lebenswelt ist Lebensraum, der durch historische und gesellschaftliche Bedingungen bestimmt ist und in dem Sozialisation und Erziehung erfolgen. Die Lebenswelt umfasst alle Kommunikation und ist Hintergrund für biografische Entwicklung, Lerngeschichte und kommunikative Kommunikation (vgl. Baacke, 1996, S.118).

Später formulierte Baacke den Begriff der Medienkompetenz als Teilbereich der kommunikativen Kommunikation (vgl. Lampert et.al. 2018, S.109). Medienkompetenz ist eine systemische Ausdifferenzierung und beschreibt die Fähigkeit, sich die Welt inklusive Medien aller Art für Kommunikation und Handlungen aktiv anzueignen (vgl. Baacke, 1996, S.118). Medienkompetenz ist eine wesentliche Voraussetzung um angemessen mit digitalen Medien und dahingehend ebenfalls mit unbekannten Mediensituationen umgehen zu können (vgl. Aufenanger, 2003, S.147). Wie bereits erwähnt, werden Medien als vierte Sozialisationsinstanz gesehen und somit entwickelt sich Medienkompetenz in der Auseinandersetzung mit Medien in allen Instanzen (vgl. Mikos, 2010, S.29-34). Medienkompetenz ist ein kontinuierlicher Prozess, in dem Veränderungen medial, biografisch oder gesellschaftlicher Herkunft sein können und zur ständigen Aneignung neuer Kompetenzen führen (vgl. Lampert et.al. 2018, S.122).

Zur Definition des Medienkompetenzbegriffs unterteilt Baacke diesen Begriff in vier Dimensionen. Er differenziert zwischen Mediennutzung, Medienkunde, Medienkritik und Mediengestaltung (Lampert et. al. 2018, S. 116). Mediennutzung meint die interaktive und rezeptive Nutzung der Medien, d.h. die Medien zu bedienen und für sein Anliegen zu nutzen (vgl. Baacke, 1996 S. 119f.; Lampert et. al. 2018, S. 116). Medienkunde definiert das Wissen über das gegenwärtige Mediensystem. Informativ beschreibt die klassischen Wissensbestände, also die Kenntnisse über Medien und instrumentell- qualifikatorisch beschreibt die Bedienungsfähigkeit bzw. die Funktionsweise (vgl. Baacke, 1996 S. 119f.). Medienkritik ist die analytische, reflexive und ethische Weise sich mit den Medien auseinanderzusetzen. Analytisch heißt in diesem Zusammenhang gesellschaftliche Prozesse angemessen zu erfassen. Reflexiv meint diese auf sein eigenes Handeln anzuwenden und auf ethischer Weise sozial zu verantworten (vgl. Baacke, 1996 S. 119f.; Hugger, 2008, S.94). Mediengestaltung kann innovativ durch Weiterentwicklung und Veränderung erfolgen oder kreativ in ästhetischer Weise (vgl. Baacke, 1996 S. 119f.).

Medienkompetenzförderung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und trägt zu mehr Chancengleichheit bei (vgl. Klimsa & Lange, 2012, S.24). In Selbstsozialisationsprozessen oder durch medienpädagogisches Handeln kann Medienkompetenz eigenständig erworben werden. Hier kann Medienkompetenz in formellen und non-formalen Einrichtungen entwickelt und gefördert werden. Diese Unterstützung und Förderung passiert durch medienpädagogische Programme und Medienprojektarbeit kann als Schlüsselweg von Medienkompetenz definiert werden. Wichtig für die Entwicklung von Medienkompetenz ist zudem das soziale Umfeld, denn es bietet Lernanreize und regt zu einer aktiven Auseinandersetzung mit Medien an (vgl. Hugger, 2008, S.93-96).

3 Mediale Lebenswelten von Kindern

3.1 Mediatisierte Kindheit

Die heutige Kindheit ist als mediatisierte Kindheit zu verstehen, denn Medien durchdringen alle Lebensbereiche von Kindern (vgl. Fuhs, 2014, S.319). Medien sind fester und selbstverständlicher Bestandteil kindlicher Lebenswelten. Dabei bedeutet mediatisierte Kindheit, dass Medien die Orte und Formen der Kommunikation von

Kindern durchdringen. Kommunikation kann in diesem Zusammenhang interaktiv passieren, z.B. beim Spielen mit mobilen Endgeräten, interpersonal verlaufen, z.B. beim Telefonieren oder rezeptiv sein, z.B. beim Fernsehen gucken, und nimmt Einfluss auf die Persönlichkeitsentwicklung. Durch Digitalisierung können Informationen schnell zeit- und ortsunabhängig interaktiv übertragen werden (vgl. Hugger et. al., 2014, S.31f.). Kinder wachsen von klein auf in einer mediatisierten Umwelt auf und verhalten sich medienaffin und selbstbewusst gegenüber ihrer digitalen Fähigkeiten und ihrem Anwendungsverständnis von Medien (vgl. Naab, 2021, S.57). Medienangebote sind ein „natürlicher" Teil der kindlichen Umwelt. Viele Eltern erschaffen schon vor der Geburt eine Medienwelt für ihr Kind, durch die Wahl der Bettwäsche, Tapetenmuster, Bücher etc. (vgl. Fleischer, 2014, S.303). Kinder werden vom Medienmarkt bedient und dieser geht mit dem Konsummarkt einher. So gibt es die Zeitschrift zur Serie oder den Soundtrack zum Film. Folgenderweise wird das Medienensemble im Verlauf der Kindheit immer größer (vgl. Theunert, 2005, S.195). In diesem Zusammenhang nutzen Kinder die Medienangebote als Orientierungsquelle. Für das Fernsehen als Beispiel gibt es laut Theunert und Schrob (1996) vier Bereiche in denen Kinder Orientierungen für ihre eigene Lebenswelt suchen. Erstens suchen sie Inspirationen für den Umgang mit Themen zur Entwicklung. Hier konzentrieren sich Kinder auf identische Aspekte aus den Medien. Zweitens suchen Kinder nach Hinweisen und Strategien die sie anwenden können, um aktuelle Problemlagen zu bewältigen. Drittens geht es um die Gestaltung des Normen- und Wertgefühls. Als letztes suchen die Kinder anhand von äußeren Merkmalen und Verhaltensweisen nach personalen Vorbildern im Fernsehen (vgl. Theunert, 2005, S.199ff.).

Um den Mediatisierungsprozess bei Kindern zu veranschaulichen, beschreibt Baacke mit seinem sozial-ökologischen Modell, wie sich Kinder ihre Welt erschließen. Die sozialökologischen Zonen sind soziale Ökosysteme, die durch den Austausch von bestimmten Informationen und sozialer Interaktion bestimmt sind und nach bestimmten Regeln verlaufen. Sie ordnen das System und machen seine Teile voneinander abgrenzbar. Die erste Zone ist das ökologische Zentrum, welches die Familie und das Zuhause als privaten Bereich bezeichnet. Die zweite Zone, der ökologische Nahraum kennzeichnet die unmittelbare Wohnumgebung. Die dritte Zone bezeichnet Bereiche, in denen sich die Kinder mit bestimmten Regeln und Rollenanforderungen auseinandersetzen. Das kann der Besuch der Kindertagestätte, der Straßenverkehr oder Urlaubsreisen sein. Medien können in dieses Modell aufgenommen werden, können alle

Zonen durchziehen und dabei das Handeln der Kinder beeinflussen. Somit ist eine medienfreie Kindheit nicht mehr möglich (vgl. Fleischer, 2014, S.305).

3.2 Medienwelten von Kindern

Kinder wachsen heute in vielschichtigen Medienwelten auf. Der Begriff Medienwelten meint in dem Zusammenhang die vielfältigen Formen in denen Medien im Alltag von Kindern vorhanden sind. Sie prägen und strukturieren ihre Welterfahrungen nachhaltig. Die Medienwelt ist "Grundform unserer Wirklichkeit", denn Medien wirken an der Konstruktion von sozialer Wirklichkeit mit (vgl. Vollbrecht, 2003, S.13). Kinder kommen von Geburt an in die Berührung mit Medienwelten. Sie wachsen in den Medienwelten ihrer familiären Umwelt auf und bekommen schon bei der Geburt ihre eigene Medienwelt mit auf den Weg (Fleischer, 2014, S.304). Baacke formuliert den Bezug zu Medienwelten in der frühen Kindheit im Jahre 1999 folgendermaßen:

> » […] und so gibt es grundsätzlich keinen Ort, an dem die Medien nicht mit ihren unterschiedlichen Zeichensystemen auch schon kleine Kinder in ihrer ständigen Gegenwärtigkeit beanspruchen und herausfordern. Vielleicht ist dieser Einzug der Medienwelten in die Kinderzimmer hinein die größte soziale und kulturelle Errungenschaft und zugleich Herausforderung überhaupt und bezeichnet damit eine Speerspitze sozialen Wandels, dessen Modernisierungsfolgen derzeit noch gar nicht recht abzuschätzen sind « (Baacke, 1999, S. 350 f.).

Baacke bezeichnet die Lebenswelt als historisch, gesellschaftlich geprägten Lebensraum, in dem sich Erziehung und Sozialisation abspielen. Dieser Lebensraum umfasst die Kommunikation eines Menschen, den Hintergrund für biologische Entwicklung und Bildungs- und Lerngeschichte. Lebenswelten von Kindern befinden sich im sozialen und kulturellen Medienwandel. Dieser hat unterschiedliche Auswirkungen auf den Alltag und die Lebensführung. Mediale Lebenswelten verändern sich sozialräumlich und das Umfeld wird nicht mehr als einheitlicher Lebensraum, sondern als Raum mit vielen Inseln wahrgenommen. Kinder können den öffentlichen Raum aufgrund von Bebauungen oder dem Verkehr nicht mehr selbstständig wahrnehmen und werden aufgrund dessen in spezialisierte Räume eingebracht. Diese Räume sind im Umfeld verteilte Inseln. Das Internet lässt reale Räume kommunikativ überwinden und bietet neue Spiel- und Treffpunkte. Die neuen Räume sind miteinander

vernetzt, überschneidend, haptisch nicht zugänglich und territorial nicht gebunden. Innerhalb der Familie dienen digitale Medien der Absprache, der mobilen Kommunikation und der stetigen Verbundenheit. Das mobile Spielen ist zentraler Bestandteil der kindlichen Lebenswelt und Alltag und Medien dienen dabei der Überbrückung der Zeit. Lebenswelten von Kindern befinden sich im sozialen und kulturellen Medienwandel (vgl. Hugger et. al., 2014, S.33-40).

3.3 Medien in der frühen Kindheit

Im Kontext der Medienpädagogik wird mit dem Begriff der frühen Kindheit eine Alterspanne von der Geburt bis zu fünf oder sechs Jahren bezeichnet. Diese Bezeichnung beruht auf der körperlichen und kognitiven Entwicklung, der Beachtung des Lebensraums und dem Medienhandeln der Kinder (vgl. Fleischer, 2014, S.305). In diesem Abschnitt geht es folglich um das Medienhandeln in der frühen Kindheit.

Oftmals schon vor der Geburt gestalten viele Eltern Medienwelten für ihre Kinder anhand der Bettwäsche, Tapeten, Bilder, Bücher, Einschlafmusik etc. Sie geben auf diese Weise teilweise unbewusst ihre eigene kindliche Medienwelt weiter (vgl. ebd., S.303). Von Geburt an bewegen sich Kinder sowohl in ihrer eigenen Medienwelt, als auch der Medienwelt der Eltern oder Geschwister. Somit schaffen Eltern den ersten Zugang zur Welt der Medien und Medien gehören von Geburt an zur Umwelt des Kindes (vgl. ebd., S.304). In Bezug auf digitale Medien ist das Fernsehen als Einstiegsmedium der digitalen Mediennutzung zu betrachten. Das Fernsehen ist eine wichtige Aktivität im Alltag der Kinder und somit sind digitale Mediennutzungsformen schon im Alltag der frühen Kindheit präsent (Naab, 2021, S. 58).

Bereits im Säuglingsalter entwickeln Kinder medienbezogene Fähigkeiten. Sie nehmen Medien zunächst als Quelle von Licht und Geräuschen wahr. Während des Medienaneignungsprozesses kommt Tönen ein größeres Interesse zu als Bildern. Die aktive Medienaneignung beginnt als Betasten von Gegenständen und durch Nachahmung. Gegen Ende des ersten Lebensjahres können Kleinkinder der Blickrichtung und den Zeigegesten der Eltern folgen (vgl. Fleischer, 2014, S.306). Bis ca. zwei Jahren sind Medien nur eine Randerscheinung, denn die Interaktion mit den Bezugspersonen über die Inhalte steht im Vordergrund (vgl. Theunert, 2005, S. 195). Erste inhaltliche Zugänge erlangen Kinder durch Wiedererkennen von Objekten und Lebewesen. Durch das Wiedererkennen sortieren sie ihre Umwelt. Mit der Erschließung

von Sprache und Gesten ist für Kleinkinder die inhaltliche Erarbeitung und Interpretation von Medien möglich. Medien sind für Kinder der frühen Kindheit von Bedeutung, wenn sie die Inhalte gedanklich an ihre Lebenswelt anschließen können und diese individuell für sie einen Sinn ergeben. (vgl. Fleischer, 2014, S.306). Ab ca. dem dritten Lebensjahr ist die Entwicklungsaufgabe der Kleinkinder ihre Geschlechtsidentität herauszufinden. Medien dienen dabei als Lernort und Orientierungsquelle. Bis zum 6. Lebensjahr nehmen Kinder die Mediengeschichte nur brücken- und szenenhaft wahr und sie können zwischen unterhaltend, informativ und anregend nicht unterscheiden (vgl. ebd., S.307). Die Voraussetzungen für Medienaneignung sind die Wahrnehmung und Verarbeitung der Medieninhalte, die kommunikative Kompetenz zum Verstehen der Symbole, die kognitive Kompetenz zum Verstehen des Sinns und die emotionale Kompetenz als interessengebundenes Tun (Klimsa & Lange, 2012, S.13).

Im Spiel verarbeiten Kinder die gesehenen Medieninhalte und Szenen aus Mediengeschichten werden nachgespielt. Auf diese Weise verarbeiten sie Erfahrungen, Emotionen und Fragen. Ab zwei Jahren erkennen Kleinkinder Medienfiguren in ihren Spielwaren. Ab ca. vier Jahren ahmen sie das Handeln mit Medien im Rollenspiel nach. Hierbei können Kinder jedoch zwischen Spielen und Lernen nicht unterscheiden, weshalb das medienbezogene Spiel wertgeschätzt werden sollte (vgl. Fleischer, 2014, S. 308).

3.4 Medien in der mittleren Kindheit

Im Anschluss an die frühe Kindheit folgt die mittlere Kindheit. Der Begriff der mittleren Kindheit bezeichnet eine Alterspanne von sechs bis dreizehn Jahren (vgl. Fuhs, 2014, S. 315). In diesem Abschnitt geht es folglich um das Medienhandeln in der mittleren Kindheit.

In der Altersphase der mittleren Kindheit spielt die Freizeit als dritter Sozialisationsbereich neben Familie und Schule eine wichtige Rolle (vgl. ebd., S.313). Die Lebenswelt von Kindern besteht aus verpflichtenden Tätigkeiten, Zeit in der Familie und Freizeit. Die Mediennutzung ist dabei zu einer Grunderfahrung und einem Einflussfaktor heutiger Kindheit geworden (vgl. ebd., S.316). Die neue Kindermedienkultur und Freizeit führen dahingehend allerdings zu neuen Formen und Orten sozialer Ungleichheit (vgl. ebd., S.313). Der Medienzugang wird durch Milieu-

und Schichtzugehörigkeit geprägt und es kommt zu unterschiedlichen Sozialisationsverläufen. Die sozialen Ökologien und dahingehend die sozialen Netzwerke werden in der mittleren Kindheit erweitert. Die Medienaneignung erreicht eine Neuausrichtung in der Autonomisierung, Individualisierung und Komplexitätssteigerung (vgl. Klimsa & Lange, 2012, S.15). Die kindliche Medienkultur dient zudem nicht mehr nur der Unterhaltung, sondern bietet ebenfalls viele Möglichkeiten des unterhaltsamen und informellen Lernens. Durch die Medien verändert sich das Verhältnis von Schule und Freizeit und es kommt zu einer Entgrenzung. Die Mediennutzung wird nicht mehr von Schule und Familie getrennt. Mediale Erfahrungen werden mit der realen Welt verbunden und Kinder werden durch diese beeinflusst. Die Medienfreizeit wird von jedem Kind aktiv als Konsument selbst hergestellt, individuell gestaltet und selbstständig organisiert (vgl. Fuhs, 2014, S.313-316). Medienaktivität ist ein großer Bestandteil in der Freizeitaktivität (Naab, 2021, S.57). Neben der Freizeitbewältigung dienen Medien ebenfalls der Alltagsbewältigung oder als Gesprächsanlässe. Trotz einer großen Medienkultur nimmt das Spielen ohne Medien ebenfalls einen hohen Stellenwert ein. Das Treffen mit Freunden steht hierbei an erster Stelle (vgl. Klimsa & Lange, 2012, S.16).

4 Erhebungs- und Auswertungsmethode

Mit Blick auf die Forschungsfrage geht es darum, mediale Lebenswelten von Kindern im zeitlichen Verlauf zu betrachten. Für diese Betrachtung beziehe ich mich auf Studien und werde diese im zeitlichen Verlauf analysieren. Zum Mediennutzungsverhalten von Kindern gibt es dahingehend eine Vielzahl von Studien, die genannte Inhalte analysieren und die Ergebnisse darstellen. In diesem Zusammenhang werden die miniKIM-Studie und die KIM-Studie betrachtet.

Das Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden- Württemberg und der Medienanstalt Rheinland-Pfalz in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk ist der Medienpädagogische Forschungsverband Südwest (mpfs). Der Medienpädagogische Forschungsverband führt seit 1998 repräsentative Studien (miniKIM, KIM, JIM, FIM) zum Medienumgang von Kindern, Jugendlichen und Familien in Deutschland durch (vgl. MPFS, o.J.). Um das Mediennutzungsverhalten der frühen Kindheit im zeitlichen Verlauf betrachten zu können, stütze ich mich auf die miniKIM-Studien aus den Jahren 2012 und 2014. Die miniKIM-Studie wurde

ergänzend zur KIM-Studie angelegt und nimmt Kinder von zwei bis fünf Jahren und deren Medienalltag in den Blick (vgl. MPFS, o.J.).

Das Mediennutzungsverhalten der mittleren Kindheit wird mit der KIM- Studie in den Blick genommen. Die KIM-Studie wird seit 1999 vom Medienpädagogischen Forschungsverband in regelmäßigen Zeitabständen durchgeführt und ist als Langzeitprojekt angelegt. Sie betrachtet das Medienverhalten von Sechs- bis Dreizehnjährigen im permanenten Wandel und bildet die damit verbundenen Veränderungen ab (vgl. MPFS, o.J.). Diese Arbeit vergleicht die Studien aus den Jahren 2000, 2010 und 2020, um einen möglichst großen Einblick in die veränderten medialen Lebenswelten von Kindern zu bekommen. Für die Abschlussarbeit habe ich mich für die miniKIM-und die KIM-Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbandes Südwest entschieden, da die Medienwelten von Kindern im zeitlichen Verlauf durch die regelmäßige Durchführung einheitlich betrachtet werden. Zudem habe ich mich für die KIM-Studien von 2000, 2010 und 2020 entschieden, um einen gleichmäßigen Zeitabstand darzustellen und die Veränderungen auf jeweils zehn Jahre beziehen zu können. Die Analyse wird quantitativ und inhaltsanalytisch durchgeführt.

Titel	Autoren	Herausgeber	Jahr	Gegenstand
miniKIM- Studie 2012	Peter Behrens Thomas Ratgeb	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest	2013	Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland
miniKIM- Studie 2014	Sabine Feierabend Thomas Rathgeb Theresa Plankenhorn	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest	2015	Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland
KIM- Studie 2000	Sabine Feierabend Dr. Walter Klingler	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest	2001	Kinder und Medien Computer und Internet Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland
KIM- Studie 2010	Sabine Feierabend Thomas Rathgeb Ulrike Karg	Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest	2011	Kinder + Medien Computer + Internet Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland
KIM- Studie 2020	Thomas Rathgeb Peter Behrens	Medienpädagogischer Forschungsverband Südwest	2021	Kindheit, Internet, Medien Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland

Tabelle1: Eigene Darstellung (vgl. MPFS 2001, 2011, 2013, 2015, 2021)

5 Aktuelle Studien zur Mediennutzung von Kindern in den letzten zwei Jahrzehnten

5.1 Mediennutzung in der frühen Kindheit

Um die Medienlandschaften und die Mediennutzung im zeitlichen Verlauf der frühen Kindheit näher zu betrachten, bezieht sich die Arbeit auf die miniKIM-Studien von 2012 und 2014. In dieser Studie werden Kinder von zwei bis fünf Jahren in den Blick genommen. Diese werden im Verlauf nochmals in zwei Gruppen unterteilt, die Zwei- bis Dreijährigen und die Vier- bis Fünfjährigen. In beiden Studien wurden die Daten über die Haupterzieher (hpts. Mütter) erhoben, da die Artikulations- bzw. Erinnerungsfähigkeit bei den Kindern für die Befragung noch nicht genug ausgebildet ist. Daraus folgend sind die Ergebnisse aus der Perspektive der Haupterzieher dargestellt, die das Verhalten der Kinder sehr gut einschätzen können. Die Befragung wurde über einen Selbstausfüllerbogen durchgeführt und die Daten vom IFAK Institut Taunusstein geprüft. Die Studie befasst sich mit dem Wissen über den Medienalltag der Kleinkinder und zur Situation der Eltern. Dazu gehört Medienausstattung, Mediennutzung, Medienbesitz und die Einstellung zu Medien und Freizeitverhalten.
Die Stichprobe der miniKIM-Studien 2012 und 2014 lag bei durchschnittlich 627 Befragten. Die Studien wurden mit einem Abstand von zwei Jahren durchgeführt und das Auswahlverfahren der Stichprobe erfolgte nach dem Quotenverfahren. (vgl. MPFS 2013, S.3f.; MPFS 2015, S.3f.)

5.1.1 miniKIM-Studie 2012

Die miniKIM-Studie wurde vom 29. Mai bis 13. Juli 2012 mit einer Stichprobe von 632 Personen durchgeführt. Diese Studie beinhaltete Basisdaten zur Mediennutzung im Vorschul- und Kindergartenalter. Für die Arbeit relevante Themen sind dahingehend die Medienausstattung und der Medienbesitz, der Alltag und die Freizeit mit Medien (vgl. MPFS, 2013, S.3f.).
Die Haushalte denen Kinder heute aufwachsen, verfügen über eine Vielzahl an Mediengeräten. Beginnend mit der Medienausstattung und dem Medienbesitz konnte mit der Studie festgestellt werden, dass fast jeder Haushalt über mindestens ein Fernsehgerät, ein Handy oder Smartphone und ein Radio verfügt. Einen Computer oder Laptop, einen CD-Player und einen Internetzugang finden sich in neun von zehn

Haushalten wieder. Zudem besitzen 82% einen DVD-Player und eine Digitalkamera und 59% einen MP3-Player. Über einen DVD-Rekorder, Kassettenrekorder, eine Videokamera oder einen Camcorder und ein Smartphone verfügt jeder zweite Haushalt. Eine tragbare Spielekonsole besitzen 24% und eine stationäre Spielekonsole 34% der Haushalte. Dahingehend eher seltener vorhanden sind Kindercomputer, Tablet-PC und ein Pay-TV-Abonnement. Eigene Mediengeräte der Kinder sind eher geringfügig vorhanden. So kann jedes vierte Kind einen Kassettenrekorder oder einen CD-Player sein Eigen nennen. Die Prozentzahl für ein eigenes Radio, eigene Konsole, Kindercomputer, eigener Fernseher und MP3-Player liegen jeweils unter 10%. Im Durchschnitt befinden sich weniger Mediengeräte im Besitz Zwei- bis Dreijähriger, als bei Vier- bis Fünfjährigen. Geschlechtsbezogene Unterschiede sind in diesem Zusammenhang unwesentlich (vgl. ebd. S.5f.).

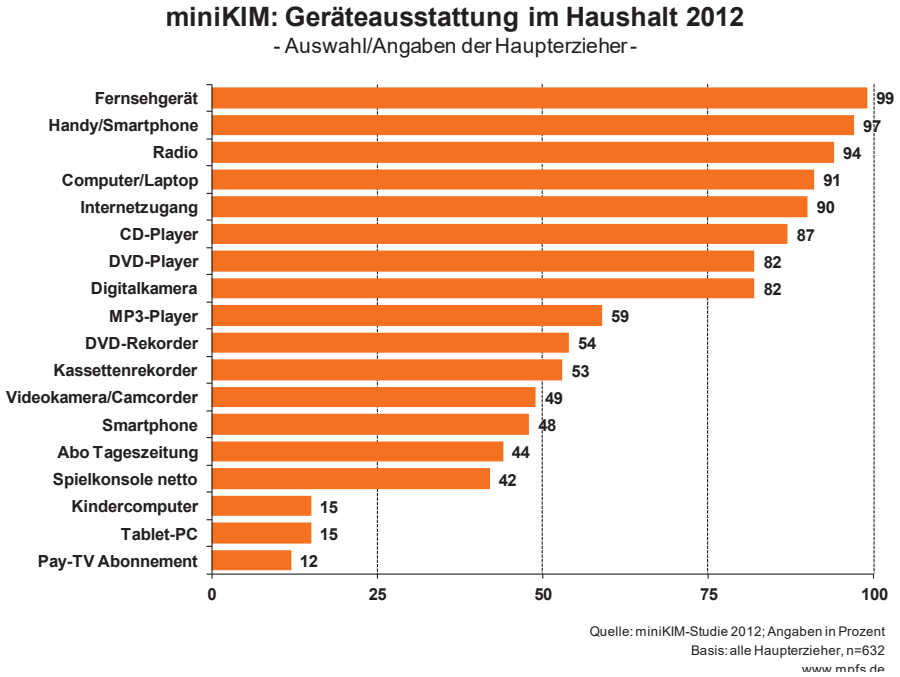

Abbildung 1: Geräteausstattung im Haushalt aus der miniKIM-Studie 2012

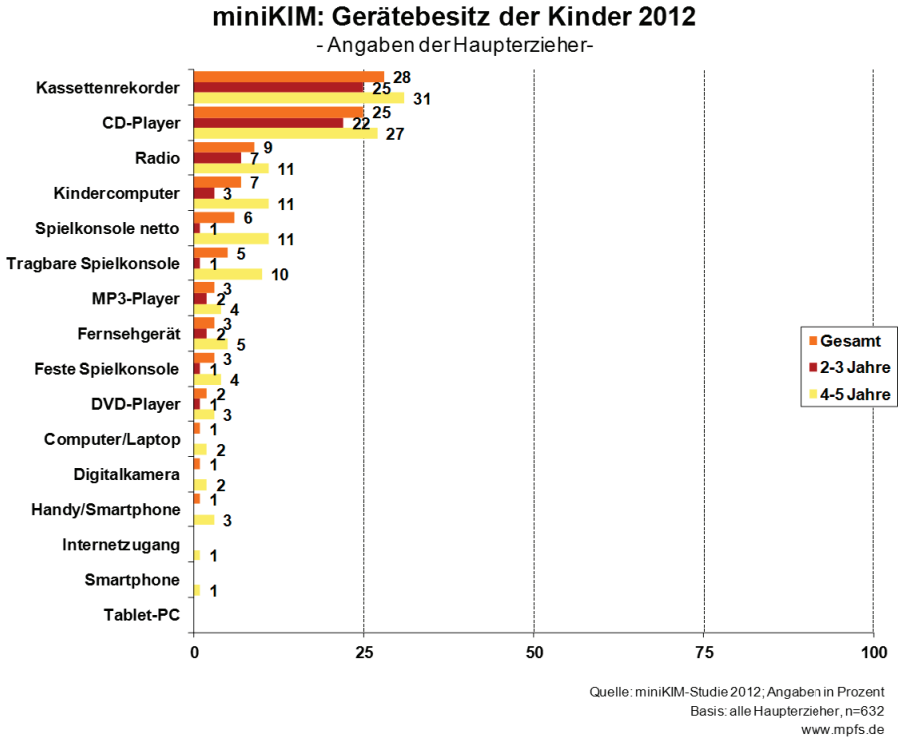

Abbildung 2: Gerätebesitz der Kinder aus der miniKIM-Studie 2012

Obwohl Medien im Haushalt und somit im Alltag von Kindern eine hohe Präsenz aufweisen, kommt dem Spielen draußen (89%) und drinnen (67%) die größte Bedeutung als fast tägliche Freizeitaktivität zu. Mit 47% schließt sich dort das Fernsehen und mit 45% die Nutzung von Büchern an. Andere Freizeitaktivitäten sind für die tägliche Ausführung eher unbedeutend. Welche hier noch genannt werden können sind das Hören von Musik und Hörspielen mit jeweils 18% und das Hören von Radio mit 12%.

Wird die Freizeitaktivität auf mindestens einmal die Woche beschränkt, so dominiert das Spielen draußen (99%) und drinnen (96%) weiterhin. Allerdings steht nun nicht mehr das Fernsehen an dritter Stelle, sondern Bücher werden mit 87% regelmäßiger genutzt, gefolgt von Malen, Basteln und Zeichen mit 81% und anschließend das Fernsehen mit 77%. An dieser Stelle zeichnen sich Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen ab. Während Mädchen vermehrt musizieren (26%), sich mit Büchern beschäftigen (89%) und Malen, Basteln und Zeichnen (83%), bevorzugen die Jungen Sport (47%) und Onlinespiele (16%).

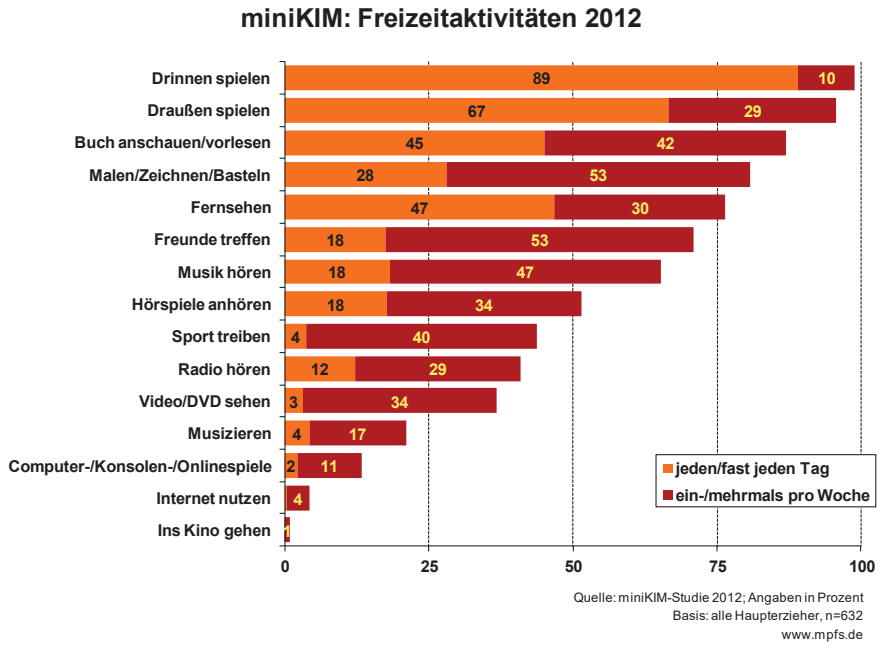

Abbildung 3: tägliche Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2012

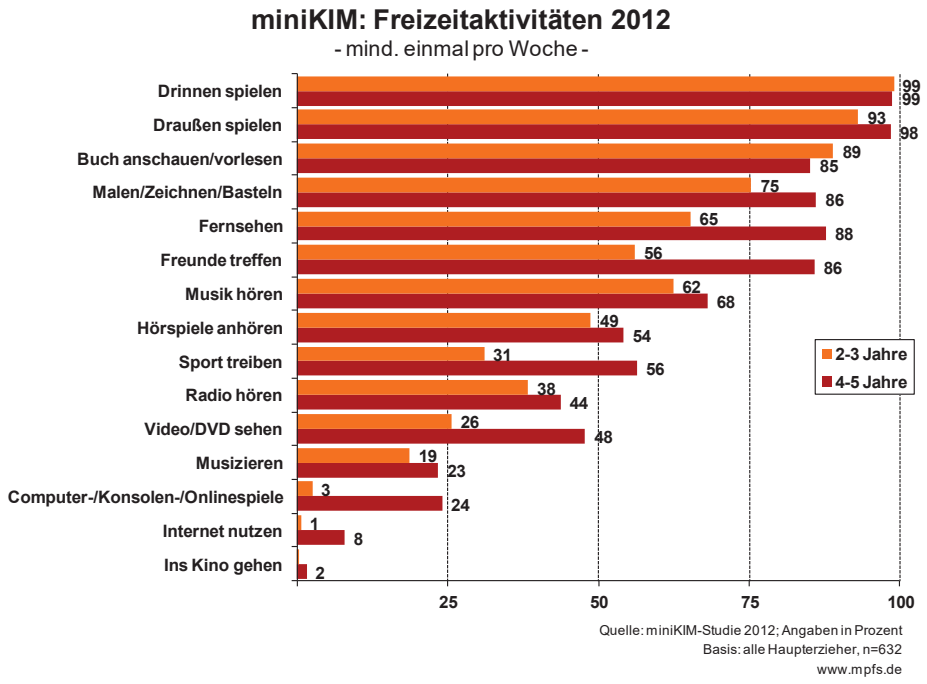

Abbildung 4: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2012

Wird explizit die Lieblingsbeschäftigung der Kinder betrachtet, so dominiert auch dort das Spielen draußen (64%) und drinnen (54%), gefolgt von der Beschäftigung mit Büchern (32%), dem Fernsehen (28%) und das Treffen mit Freunden mit 26%. Zudem hört jedes zehnte Kind am liebsten Hörspiele (10%) oder treibt Sport (9%). Das Musikhören, Videos und DVDs schauen, Radiohören oder Musizieren und das Spielen an Computer oder Konsole werden eher selten als Lieblingsbeschäftigung benannt. Im Vergleich spielen die Zwei- bis Dreijährigen lieber drinnen oder mit Büchern und die Vier- bis Fünfjährigen spielen lieber draußen, treffen Freunde und schauen Fernsehen. In Bezug auf die Nutzung der Medien werden Bücher (58%), Radio (46%), Fernsehen (44%) und Filme bzw. DVD (33%) am häufigsten gemeinsam mit den Eltern genutzt. Die Nutzungsdauer des Fernsehgeräts pro Tag liegt dabei im Durchschnitt bei 42 Minuten und die Nutzung der Bücher bei 26 Minuten. Im Vergleich schauen die Zwei- bis Dreijährigen 30 Minuten Fernsehen und die Vier- bis Fünfjährigen 55 Minuten. Mit 41% werden Hörspiele und Hörbücher am meisten allein genutzt (vgl. ebd. S.7-10).

Abbildung 5: liebste Freizeitaktivität aus der miniKIM-Studie 2012

5.1.2 miniKIM-Studie 2014

Die miniKIM-Studie 2014 wurde vom 9. Mai bis 20. Juni 2014 mit einer Stichprobe von 623 Personen, den Haupterziehern der Kinder, durchgeführt. Die Studie beinhaltet Informationen zum Medienalltag der Kleinkinder und über die Situation in den Familien. Für die Arbeit relevante Themen sind dahingehend die Medienausstattung und der Medienbesitz, der Alltag und die Freizeit mit Medien (vgl. MPFS, 2015, S.3f.).
In der miniKIM-Studie 2014 konnte ebenfalls festgestellt werden, dass Kinder mit einer Vielzahl an Mediengeräten im eigenen Haushalt aufwachsen. In fast jedem Haushalt befindet sich mindestens ein Fernseher, ein Computer oder Laptop und ein Handy bzw. Smartphone. Von zehn Haushalten verfügen neun über einen Internetzugang und ein Radio und acht Haushalte besitzen eine Digitalkamera. Über einen CD-Player verfügen 83%, einen DVD-Player 81% und über ein Smartphone 65% der Haushalte. Ein DVD-Rekorder, ein Kassettenrekorder und eine Videokamera bzw. einen Camcorder finden sich in jedem zweiten Haushalt wieder. Eine tragbare Spielekonsole besitzen 22% und eine stationäre 30% der Befragten. Eher seltener vorhanden sind dahingehend ein Kindercomputer und ein Pay-TV-Abonnement. Zudem besitzt nur jeder 4. Haushalt ein Tablet-PC und nur zwei von vier Haushalten haben eine Tageszeitung abonniert.

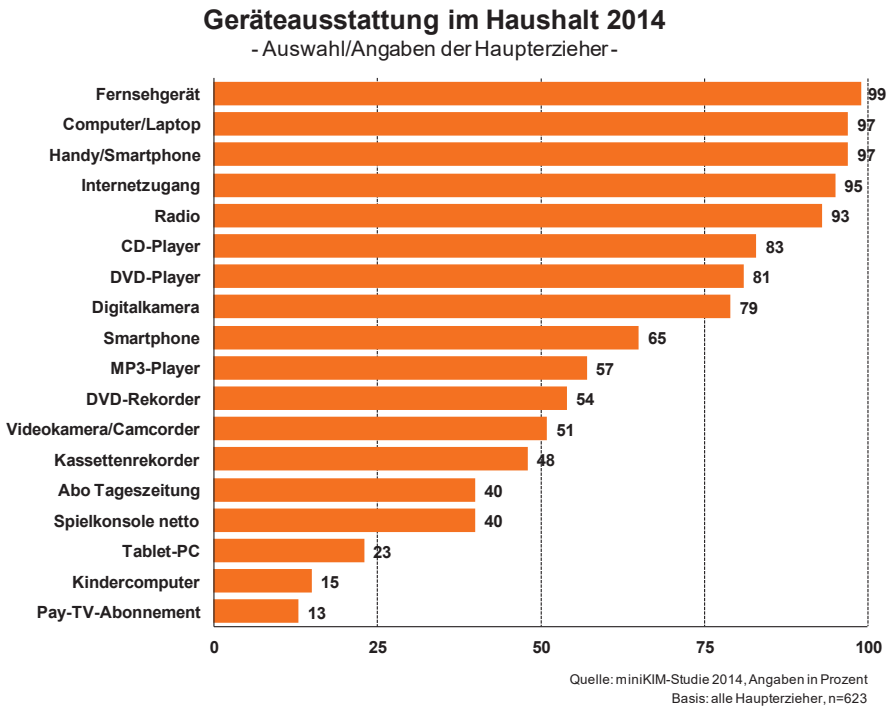

Abbildung 6: Geräteausstattung im Haushalt aus der miniKIM-Studie 2014

Wird auf den eigenen Medienbesitz der Kinder geschaut, so besitzen die Kinder am häufigsten einen Kassettenrekorder (22%) und einen CD-Player (21%). Jedes 10. Kind kann ein Radio sein Eigentum nennen. Im Besitz der Kinder befinden sich außerdem Kindercomputer (9%), ein eigenes Fernsehgerät (5%), MP3-Player (4%) und tragbare (7%), sowie stationäre (3%) Spielekonsole. Mit steigendem Alter steigt auch die Besitzrate der Mediengeräte. Die Vier- bis Fünfjährigen besitzen z.B. zu 34% einen CD-Player, während es bei den Zwei- bis Dreijährigen nur 8% sind (vgl. ebd. S.5f.).

Abbildung 7: Gerätebesitz der Kinder aus der miniKIM-Studie 2014

Als fast tägliche Freizeitbeschäftigung der Kinder kommt hier dem Spielen drinnen (85%) und dem Spielen draußen (63%) die größte Bedeutung zu. An das Spielen schließt sich hier das Fernsehen mit 44% und den Zeitvertreib mit Büchern mit 43% an. Legt man die Freizeitbeschäftigung auf einmal die Woche aus, so steht das regelmäßige Spielen drinnen (99%) und draußen (93%) immer noch an erster Stelle. Hier folgt der Zeitvertreib mit Büchern (87%), das Fernsehen schauen (79%), das Malen und Basteln (75%), das Treffen von Freunden (68%), die Musik (55%) und die Hörspiele mit 54%.. Hier sind Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen zu erkennen. Mädchen bevorzugen das Musizieren (23%), das Kreative (79%), Hörspiele (57%) und Videos bzw. DVDs (45%). Jungen hingegen bevorzugen den Computer oder die Konsole (15%), Sport (45%) und Musik (57%).

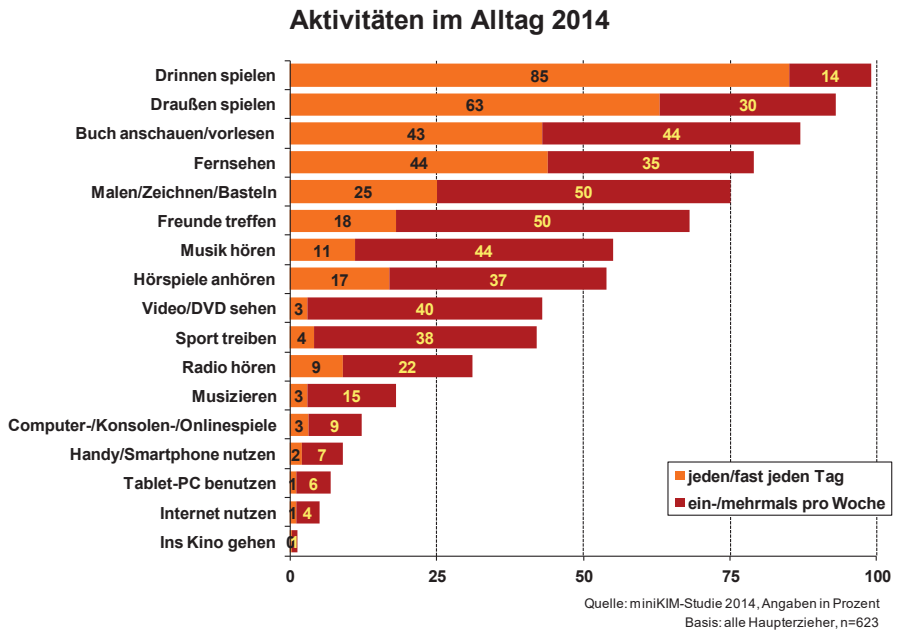

Abbildung 8: tägliche Freizeitbeschäftigung aus der miniKIM-Studie 2014

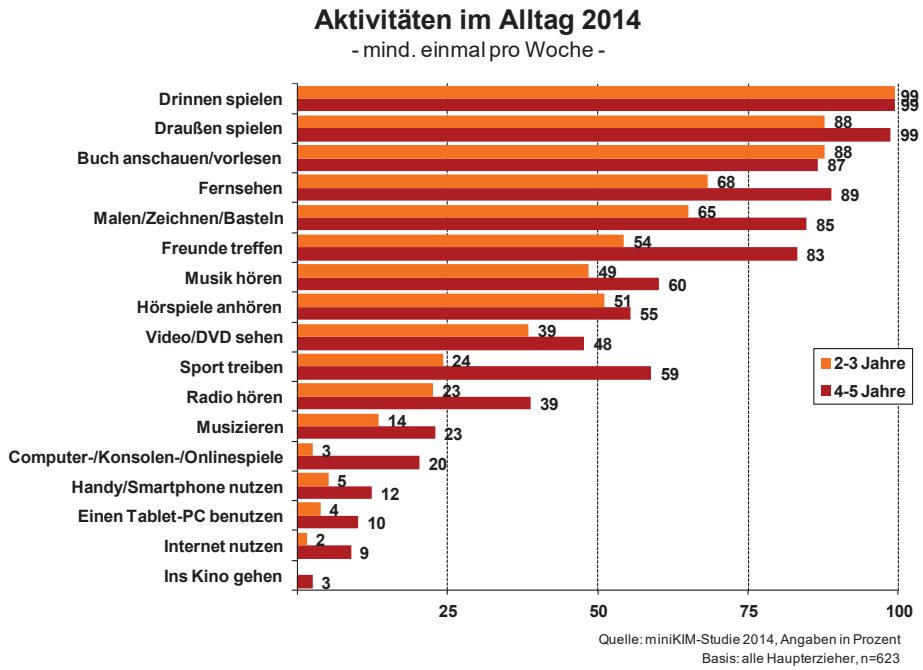

Abbildung 9: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2014

Wird nach der Lieblingsbeschäftigung der Kinder gefragt, so wird hier das Spielen draußen (67%) und drinnen (52%) am häufigsten von den Haupterziehern genannt. Das Treffen mit Freunden, die Beschäftigung mit Büchern und Fernsehen stehen hier mit 30% an dritter Stelle. Geschlechtsbezogene Unterschiede lassen sich hier ebenfalls erkennen. Diese werden deutlich in den Bereichen Malen (Mädchen: 37%, Jungen: 15%), draußen spielen (Mädchen: 63%, Jungen: 71%) und drinnen spielen (Mädchen: 55%, Jungen: 50%). Die Zwei- bis Dreijährigen bevorzugen das Spielen und die Aktivität mit Büchern, während die Vier- bis Fünfjährigen neben dem Spielen Freunde treffen, den Fernsehen, den Computer oder die Konsole nutzen und Sport treiben. In Bezug auf die Nutzung der Medien werden Bücher (61%), Fernsehen (48%), Radio (37%) und Video bzw. DVD (35%) am häufigsten gemeinsam mit den Eltern genutzt. Die Nutzungsdauer des Fernsehens liegt dabei im Durchschnitt bei 43 Minuten, des Radios bei 18 Minuten und der Bücher bei 26 Minuten. Im Vergleich schauen die Zwei- bis Dreijährigen 34 Minuten fern und die Vier- bis Fünfjährigen 52 Minuten. Mit 40% werden Hörspiele und Hörbücher am meisten allein genutzt (vgl. ebd. S.5f.).

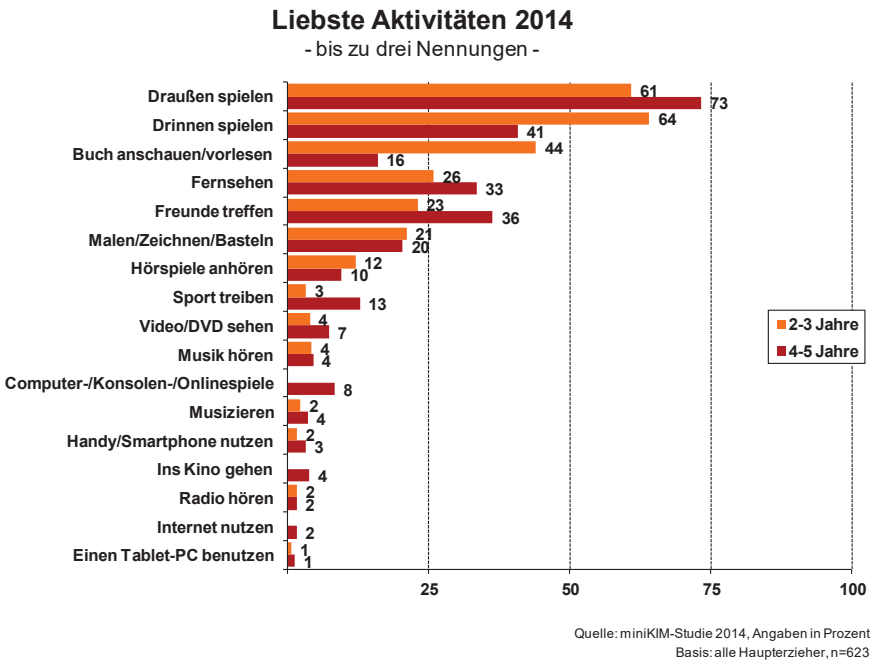

Abbildung 10: Liebste Freizeitaktivitäten aus der miniKIM-Studie 2014

5.1.3 Vergleich miniKIM-Studie 2012 & 2014

Der Vergleich beider Studien zeigt hinsichtlich Medienbesitz, Medienfreizeit und Mediennutzung, dass der Besitz an digitalen Medien zugenommen hat und die Nutzung von analogen, sowie Printmedien abgenommen haben. Ebenso verhält es sich mit dem eigenen Medienbesitz der Kinder. Bezüglich der Medienfreizeit sind geringfügige Veränderungen festzustellen (vgl. MPFS, 2013, 2015).

Die Medienausstattung der Haushalte beinhaltet 2012 und 2014 ein Fernsehgerät und ein Handy oder Smartphone. Im Jahre 2012 gehörte noch ein Radio zur Grundausstattung der Haushalte und 2014 ist es der Computer bzw. Laptop. Die Nutzung des Fernsehers ist in beiden Erhebungen konstant geblieben, während die Nutzung des analogen Mediums Computer um 6% gestiegen ist. Die Zahlen zur Nutzung des Internets, Smartphones, Computers und Tablets sind von der Erhebung 2012 bis zur Erhebung 2014 gestiegen. Das Smartphone erlebte mit 17% den größten Anstieg und so besitzen 2014 65% der Haushalte ein Smartphone. Kassettenrekorder, CD-Player und Abo-Tageszeitung finden sich 2014 nicht mehr so häufig in den Haushalten wieder. Abschließend kann gesagt werden, dass sich 2014 vermehrt digitale Medien in den Haushalten befinden (vgl. MPFS, 2013, S.5, 2015, S.5). Die Zahlen für den Eigenbesitz der Kinder haben sich minimal verändert. Der Eigenbesitz der Kinder an Kassettenrekorder und CD- Player sind innerhalb der beiden Erhebungen gesunken. Der Kassettenrekorder verzeichnet 2014 einen Abstieg von 6% und der CD-Player von 4%. Der Besitz von Spielekonsole, Radio und Fernsehgerät ist geringfügig gestiegen. In beiden Studien konnte festgestellt werden, dass die Besitzrate mit dem Alter steigt (vgl. MPFS, 2013, S.6, 2015, S.6).

Bei den fast täglichen Freizeitaktivitäten belegen, in beiden Studien, das Spielen drinnen (87%) und draußen (65%), sowie die Beschäftigung mit Büchern (44%) und das Fernsehen mit 46% die ersten drei Plätze. Wird die Aktivität auf mindestens einmal die Woche bezogen, so sind das regelmäßige Spielen drinnen (99%) und draußen (95%), die Beschäftigung mit Büchern (87%) und das Fernsehen (78%) immer noch hoch im Kurs. Das Hören von Musik und Radio ist jeweils um 10% gesunken, was damit zusammenhängen könnte, dass Radios, Kassettenrekorder und CD-Player nicht mehr so häufig in den Haushalten vorhanden sind. Zudem betätigen sich die Kinder weniger kreativ (-6%) und schauen dafür mehr Video/DVD (+6%). Die Differenz beider Altersgruppen in Bezug auf Video & DVD ist kleiner geworden. Die Nutzung der Vier- bis Fünfjährigen liegt bei 48% und die Zwei- bis Dreijährigen verzeichnen eine

Steigerung von 26% auf 39%. Die Mädchen beschäftigen sich 2012 in ihrer Freizeit lieber mit Büchern, Malen und Basteln sowie dem Musizieren, während Jungen eher Sport treiben und Onlinespiele spielen. Im Jahre 2014 beschäftigen sich die Mädchen weniger mit Büchern, aber dafür hören sie Hörspiele und schauen Videos in ihrer Freizeit. Jungen spielen, neben Sport, gerne am Computer oder der Konsole und hören Musik. Bezogen auf beide Altersspannen spielen die Zwei- bis Dreijährigen lieber drinnen und mit Büchern, wohingegen die Vier- bis Fünfjährigen eher draußen spielen, Freunde treffen und Fernsehen.

Die liebste Freizeitaktivität der Kinder ist das Spielen draußen und drinnen, sowie die Beschäftigung mit Büchern. Die tägliche Nutzungsdauer der Medien hat sich innerhalb der beiden Erhebungen kaum geändert. Lediglich die Nutzungsdauer für das Radio ist um 4% gesunken. Zum Abschluss kann gesagt werden, dass sich die beliebtesten Freizeitaktivitäten der Kinder nicht geändert haben. Die analogen Tonträger sind allerdings nicht mehr so beliebt und die Nutzung digitaler Medien wird präsenter. Die Lieblingsbeschäftigungen der Kinder haben sich, genau wie Nutzungsdauer der Medien, nur minimal verändert (vgl. MPFS, 2013, S.7-10, 2015, S.7-10).

5.2 Mediennutzung in der mittleren Kindheit

Zur Betrachtung von Medienlandschaften und Mediennutzungsverhalten der mittleren Kindheit im zeitlichen Verlauf, knüpft die Arbeit an die KIM-Studien von 2000, 2010 und 2020 an. Das Langzeitprojekt betrachtet Kinder im Alter von 6-13 Jahren. Die Datenerhebung fand bei allen drei Studien sowohl über die Kinder als auch über die primäre Erziehungsperson (hpts. Mutter) statt. In der KIM-Studie 2000 wurden die Kinder persönlich, mündlich interviewt und die primäre Erziehungsperson füllte selbstständig einen Fragebogen aus. In den Studien von 2010 und 2020 wurde in den Interviews mit den Kindern zusätzlich computergestützt gearbeitet. Die Inhalte der Studien beziehen sich in allen Jahren auf die Medienausstattung, den Medienbesitz, die Freizeit- und Medienbeschäftigung und den Umgang im Alltag. Die Stichprobe der Studie bestand in allen drei Jahren bei durchschnittlich 1.200 Befragten. Die Analysen wurden in einem zeitlichen Abstand von 10 Jahren durchgeführt (vgl. MPFS 2001, S.3f. ; MPFS 2011, S.3f. ; MPFS 2021, S.2-5).

5.2.1 KIM-Studie 2000

Die KIM-Studie 2000 wurde im November/Dezember 2000 mit einer Stichprobe von 1.228 Personen, den Kindern und deren Haupterzieher, durchgeführt. Diese Studie beinhaltet Basisdaten zur Mediennutzung Sechs- bis Dreizehnjähriger. Für die Arbeit relevante Themen sind dahingehend die Medienausstattung und der Medienbesitz, der Alltag und die Freizeit mit Medien (vgl. MPFS, 2001, S.3f.).

Die Studie zeigt, dass 95% der Haushalte über ein Telefon, ein Fernsehgerät, ein Videogerät und ein Radio verfügen. In 2/3 der Haushalte wurde eine Tageszeitung abonniert und 1/4 verfügt über einen Internetanschluss. Laut Angaben der Erziehungspersonen verfügen die Haushalte über Handy (60%), Computer (57%), Spielekonsole (44%), Notebook (10%) und Pay-TV (9%). Im Eigenbesitz der Kinder sind der Kassettenrekorder (59%), Radio (48%), CD-Player (35%), Fernseher (34%), Computer (24%), Videorekorder (8%) und Handy (6%) vorhanden. Die Ausstattung der Haushalte mit Computern hängt vom Bildungsgrad und Einkommen der Eltern ab. Kinder, welche die Hauptschule besuchen, besitzen zu 46% einen Computer im Haushalt und Kinder vom Gymnasium zu 84% (vgl. ebd. S.14- 16).

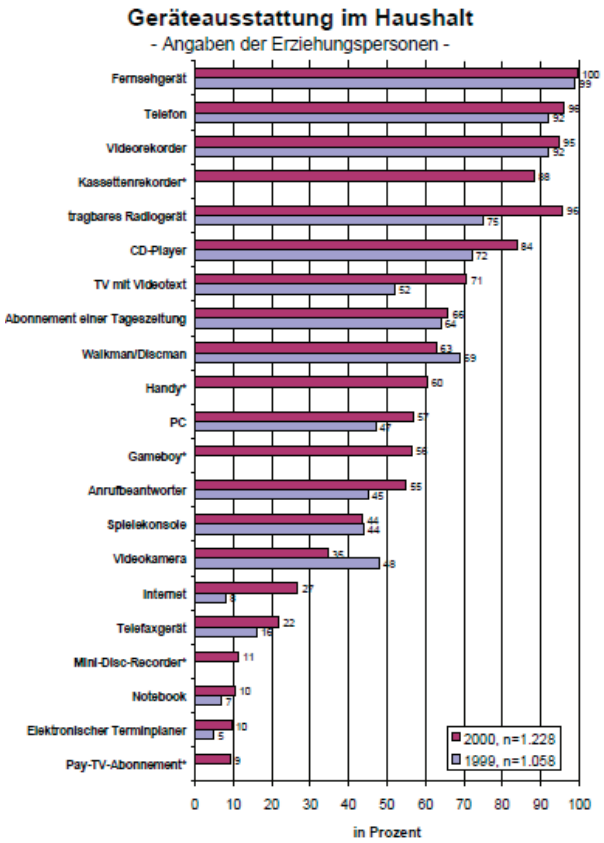

Abbildung 11: Geräteausstattung im Haushalt aus der KIM-Studie 2000

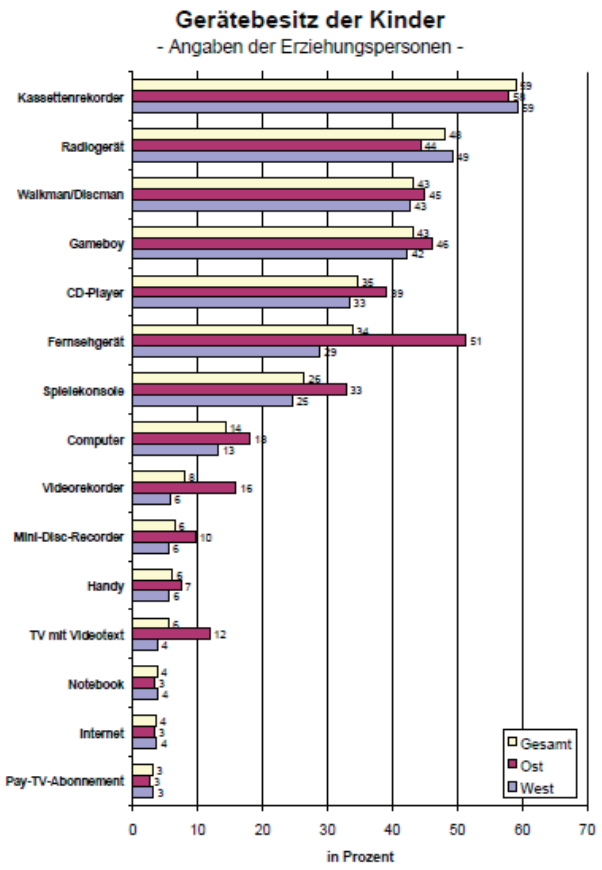

Abbildung 12. Gerätebesitz der Kinder aus der KIM-Studie 2000

Um die Themeninteressen der Kinder zu erfassen, bekamen sie eine 17-Themen umfassende Liste, auf der sie angeben sollten, was sie sehr interessiert, interessiert, weniger oder gar nicht interessiert. Für 2/3 der Kinder haben Freunde die größte Priorität und somit steht das Treffen von Freunden für Mädchen und Jungen auf Platz eins. Zu den größten Themeninteressen gehören zudem Tiere (37%), Musik und Sport (33%), Computerspiele, Musikstars und Bands (26%), Kleidung und Mode (24%), Schule (23%) und das Internet (13%). Bei den Mädchen liegen die Interessen eher im Bereich Tiere, Musik, Mode, Bücher, Film- und Fernsehstars. Bei den Jungen sind es eher Sport, Autos, Technik, Computerspiele und das Internet. An Tieren wird mit zunehmendem Alter das Interesse verloren und das Interesse am Internet nimmt zu (vgl. ebd. S.10).

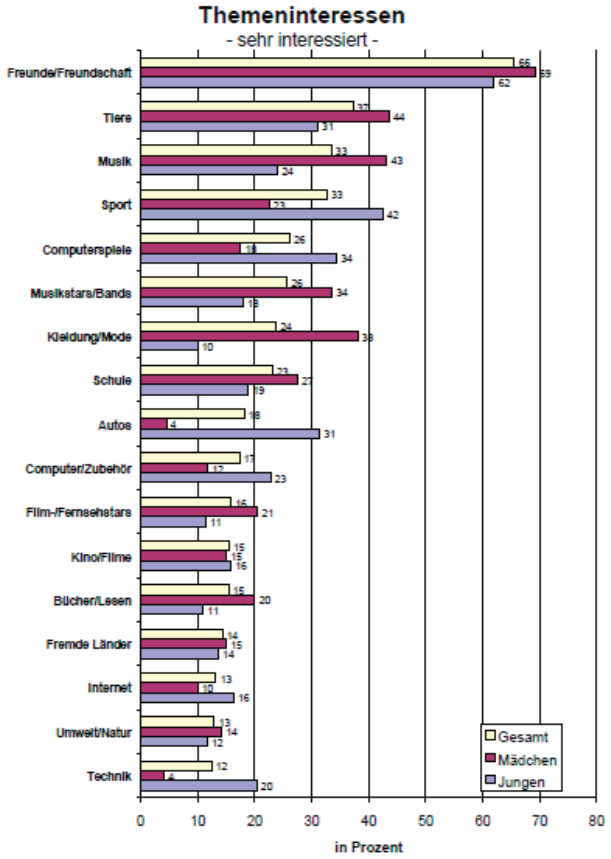

Abbildung 13: Themeninteressen aus der KIM-Studie 2000

Zur Ermittlung der Freizeitaktivitäten der Kinder, wurde ihnen ein Kartenspiel mit unterschiedlichen Möglichkeiten vorgelegt, um in dieser Weise die Frequenzen der einzelnen Aktivitäten zu erheben. Die Ergebnisse zeigen, dass acht von zehn Kindern fast täglich fernsehen und die Hausaufgaben erledigen. Jedes zweite Kind spielt fast täglich mit Gleichaltrigen drinnen oder draußen und jedes dritte Kind hört fast täglich Radio oder andere Tonträger. Weiterhin besitzt jedes vierte Kind ein (Haus-) Tier, telefoniert, ist am Computer, beschäftigt sich kreativ oder ruht sich aus. Mindestens einmal in der Woche nutzen die Kinder Printmedien. Dazu gehört das Lesen von Büchern oder Zeitschriften, was die Hälfte der Kinder gerne tut.

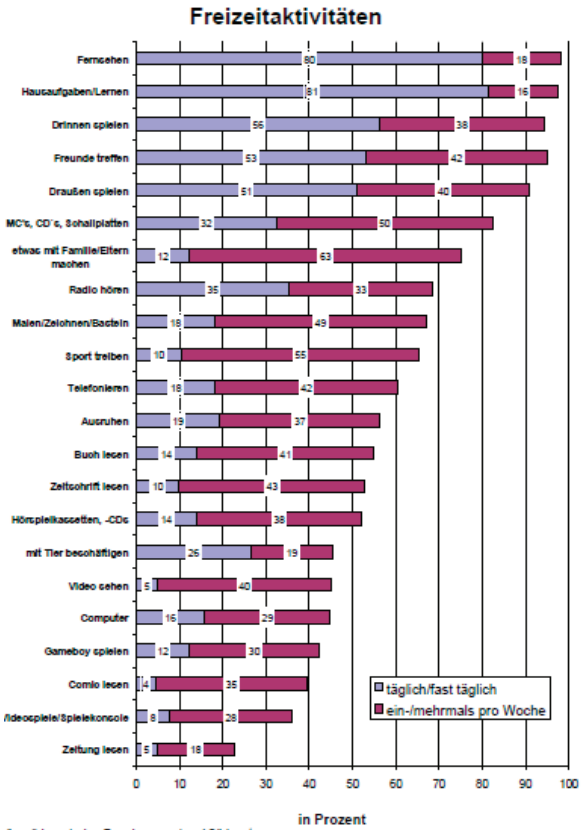

Abbildung 15: tägliche Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2000

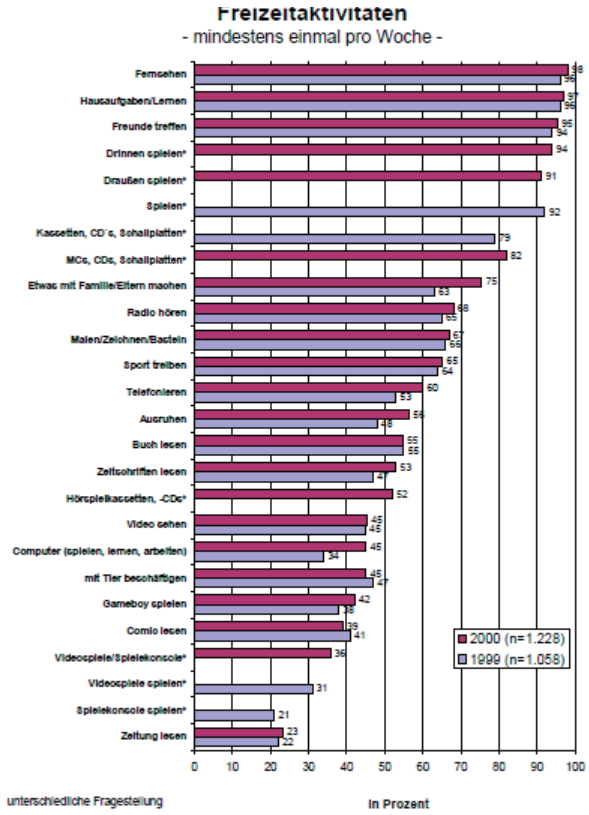

Abbildung 14: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2000

In Bezug auf die liebste Freizeitbeschäftigung liegt das Treffen von Freunden (40%) ganz oben, gefolgt vom Fernsehen (35%), draußen spielen (33%), Sport (18%), drinnen spielen (17%), Computer, Tieren, Tonträger und Malen und Basteln. Mädchen gucken am liebsten fern und sind kreativ, während Jungen lieber draußen spielen, Sport treiben und am Computer sind (vgl. ebd. S.5f.).

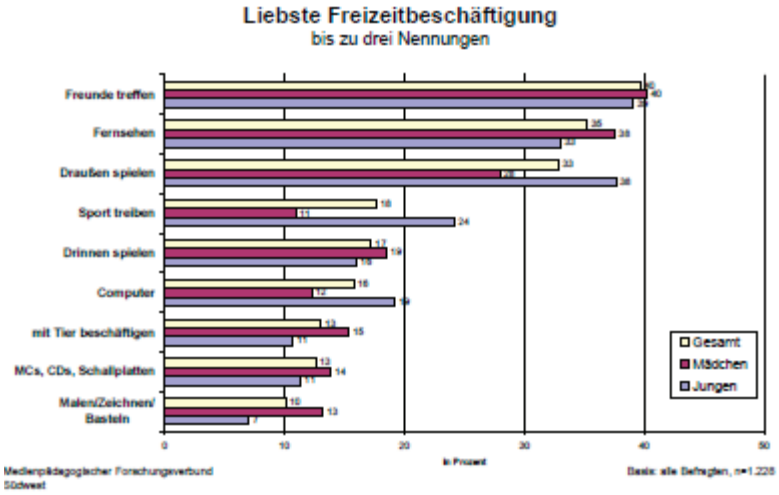

Abbildung 16: liebste Freizeitaktivität aus der KIM-Studie 2000

5.2.2 KIM-Studie 2010

Die KIM-Studie 2010 wurde vom 3. Juni bis 28. Juli 2010 mit einer Stichprobe von 1.214 Personen, den Kindern und deren Haupterzieher, durchgeführt. Diese Studie beinhaltet Basisdaten zur Mediennutzung Sechs- bis Dreizehnjähriger. Für die Arbeit relevante Themen sind dahingehend die Medienausstattung und der Medienbesitz, der Alltag und die Freizeit mit Medien (vgl. MPFS, 2011, S.3f.).

Aus den Ergebnissen der Studie kann entnommen werden, dass annähernd alle Haushalte über einen Fernsehgerät, ein Festnetztelefon, ein Handy, ein Radio, einen CD-Player und einen DVD-Player verfügen. In neun von zehn Haushalten sind ein Computer und ein Internetzugang vorhanden. Zu 83% befinden sich in den Haushalten Digitalkameras und 71% besitzen einen Flachbildschirmfernsehen, eine Spielekonsole und einen MP3-Player. Zu den eigenen Mediengeräten der Kinder gehören CD-Player (64%), Spielekonsole (57%), Fernseher (45%), Radio (38%) und ungefähr die Hälfte besitzt ein Handy und MP3-Player. Eins von sechs Kindern verfügt über einen eigenen Internetanschluss und einen eigenen Computer. Mit Blick auf das Nettoeinkommen der

Haushalte kann eine bessere Ausstattung mit höherem Einkommen festgestellt werden (vgl. ebd. S.7f.).

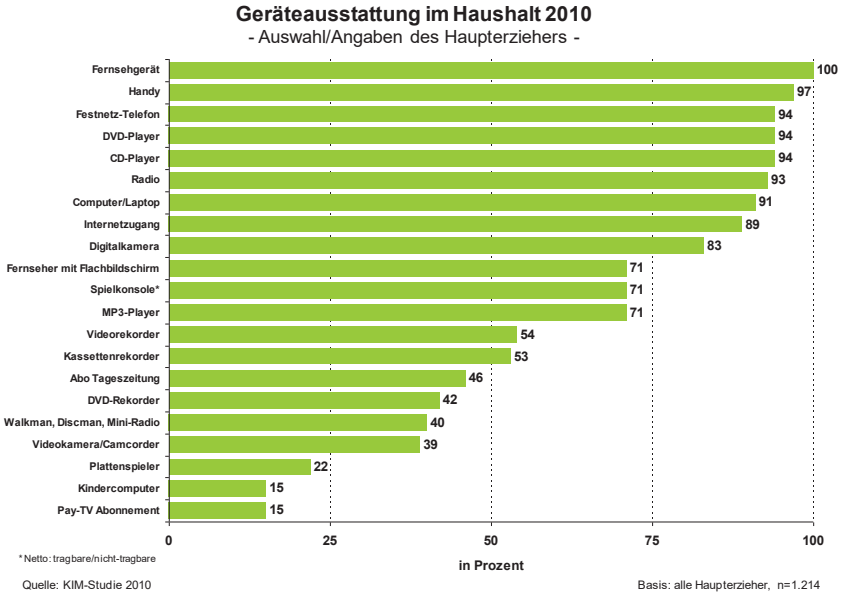

Abbildung 17: Geräteausstattung im Haushalt aus der KIM-Studie 2010

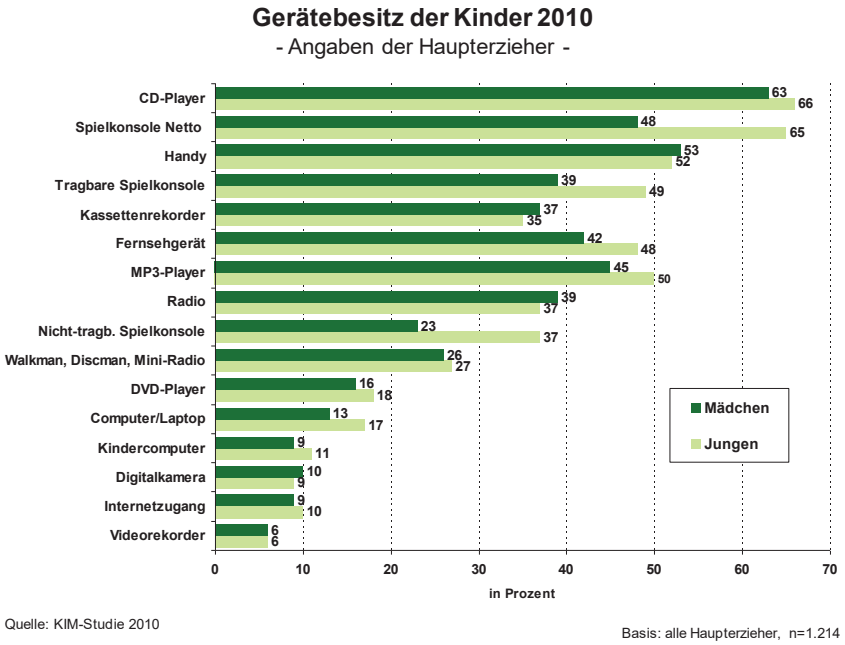

Abbildung 18: Gerätebesitz der Kinder aus der KIM-Studie 2010

Die Themeninteressen der Kinder wurden anhand einer Liste der verschiedenen Themenbereiche erfasst. Hier stehen die Freunde nach wie vor an erster Stelle, gefolgt von Musik, Sport und Schule (68%). Das Interesse gilt zudem Computer,- Konsolen- und Onlinespielen (65%) und Kino und Filme (63%). Weiterhin zählt dazu Internet & Computer (60%), Handys (57%) und Bücher (47%). Mädchen bevorzugen eher Freunde, Musik, Tiere, Schule, Bücher, Mode und Stars, während sich Jungen eher mit Technik, Computer, Internet, Konsolen und Sport beschäftigen (vgl. ebd. S.5f.).

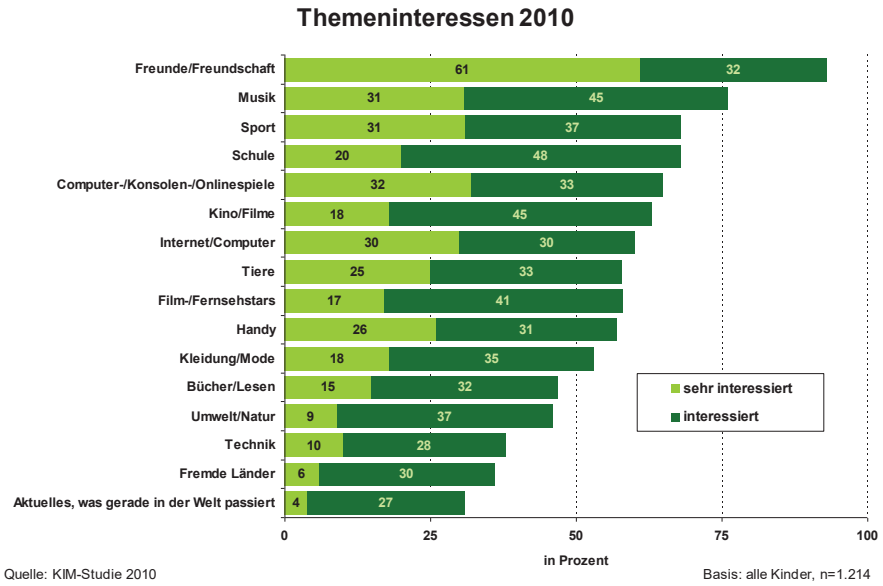

Abbildung 19: Themeninteressen aus der KIM-Studie 2010

Um die Freizeitaktivität der Kinder zu erfragen, wurden mediale und non-mediale Aktivitäten betrachtet. Mindestens einmal die Woche verbringen die Kinder ihre Zeit mit Hausaufgaben und Lernen (97%), Fernsehen (95%), Freunden (94%), dem Spielen drinnen (89%) und draußen (91%). Zu den medialen Freizeitaktivitäten gehören zudem Musik (81%), Konsolenspiele (62%) und die Beschäftigung mit dem Computer (55%). Die Hälfte der Kinder hören gerne Radio, jeder zweite besitzt ein Handy und 43% surfen im Internet. Ein Großteil (74%) verbringt seine Freizeit mit der Familie und 70% treiben Sport.

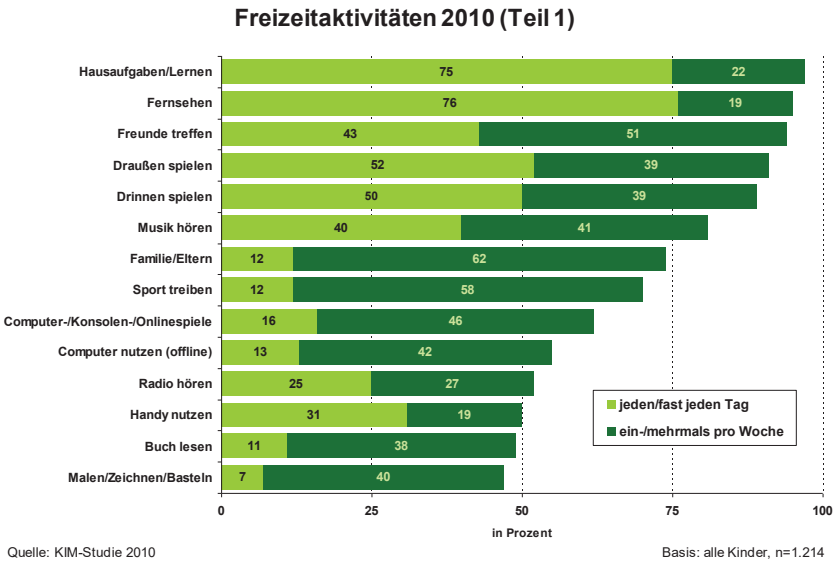

Abbildung 20: regelmäßige Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2010

Die Lieblingsbeschäftigung der Kinder sind das Treffen von Freunden, draußen spielen und Fernsehen. Die Mädchen unternehmen gerne etwas mit der Familie, lesen Bücher, hören Musik, sind kreativ oder beschäftigen sich mit Tieren. Die Jungen treiben am liebsten Sport und spielen Computer,- Konsolen- und Onlinespiele. Mit zunehmendem Alter verlieren das Spielen, Familie und Fernsehen an Bedeutung, währenddessen das Internet, der Computer und das Handy an Bedeutung gewinnen. Das Handy und das Internet werden dahingehend am meisten genutzt (vgl. ebd. S.9-12.).

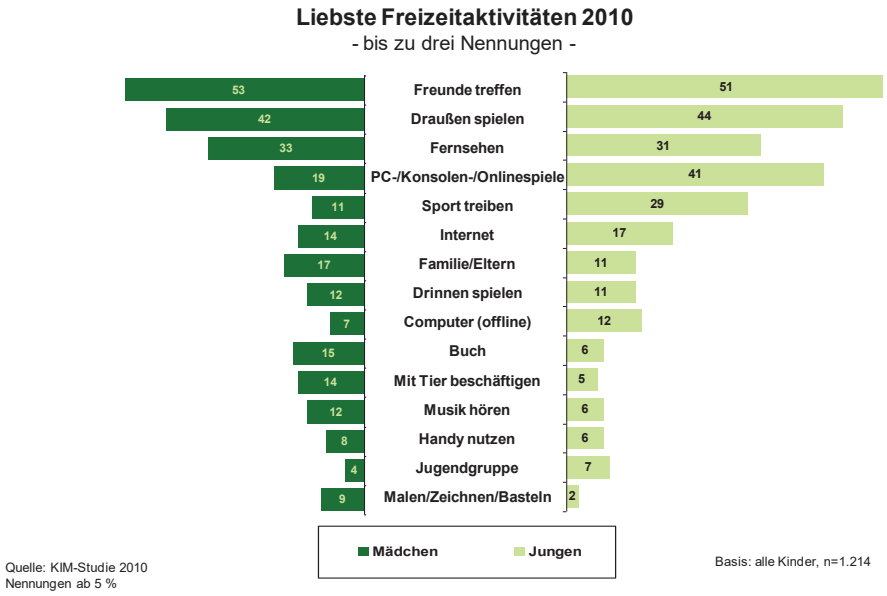

Abbildung 21: liebste Freizeitaktivität aus der KIM-Studie 2010

5.2.3 KIM-Studie 2020

Die KIM-Studie 2020 wurde vom 31. August bis 14. Oktober 2020 mit einer Stichprobe von 1.216 Personen, den Kindern und deren Haupterzieher, durchgeführt. Zum Zeitpunkt der Durchführung hatte sich die pandemiebedingte Lage etwas beruhigt und fast alle Kinder befanden sich im Präsenzunterricht. Die Freizeitgestaltung normalisierte sich ebenfalls in dieser kurzen Phase. Diese Studie beinhaltet Basisdaten zur Mediennutzung Sechs- bis Dreizehnjähriger. Für die Arbeit relevante Themen sind dahingehend die Medienausstattung und der Medienbesitz, der Alltag und die Freizeit mit Medien (vgl. MPFS, 2021, S.2-5).

Im Jahre 2020 verfügen fast alle Haushalte über ein Fernsehgerät, einen Internetzugang, ein Handy oder Smartphone und über Computer oder Laptop. In den Haushalten sind zu 82% Radios vorhanden und zu 70% CD-, DVD-, Blue Ray-Player, Video-, Festplattenrekorder und Spielkonsolen. Drei von fünf Haushalten besitzen eine Digitalkamera und jeder fünfte einen Kindercomputer oder Pay-TV. Weniger als die Hälfte der Haushalte können ein Tablet und Fernseher mit Internet bzw. Streaming Diensten ihr Eigen nennen. Ein Kassettenrekorder (28%), eine Streaming Box oder Stick (15%) und digitale Sprachassistenten (12%) finden sich auch in einigen Haushalten wieder. Nach Aussage der Haupterzieher gehören den Kindern wenige Mediengeräte allein, aber über die Hälfte hat ein eigenes Mobiltelefon. Zu den eigenen Mediengeräten der Kinder gehören Spielekonsolen (41%), CD-Player (38%), Fernsehgeräte (34%), Internetnutzung im eigenen Zimmer (22%), Computer/Laptop (17%), Kassettenrekorder (16%) und Radios (14%). Zudem noch Kindercomputer, Tablets und Streaming Dienste im eigenen Zimmer (vgl. ebd. S.10ff.).

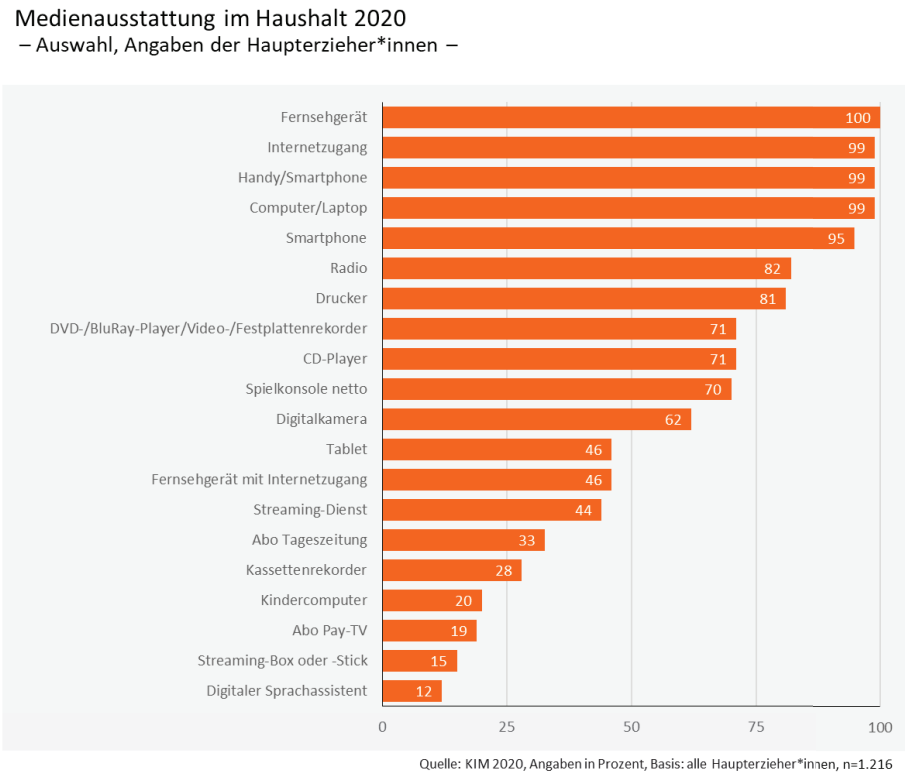

Abbildung 23: Geräteausstattung aus der KIM-Studie 2020

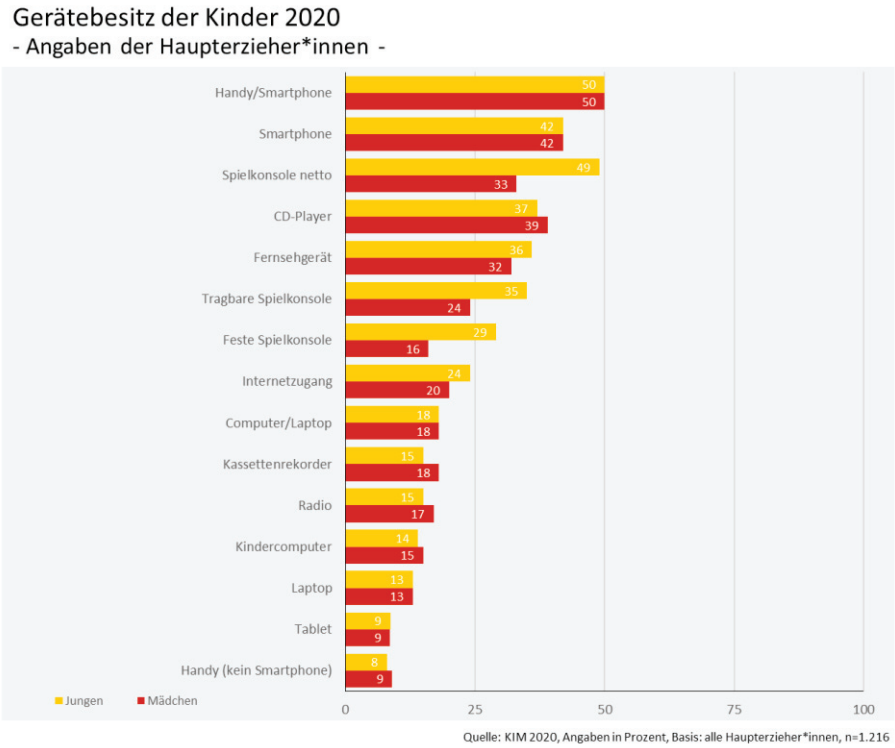

Abbildung 22: Gerätebesitz der Kinder aus der KIM-Studie 2020

Die Themeninteressen der Kinder wurden wie in der KIM-Studie 2010 erfasst. Die Interessen gehen wieder klar in Richtung Freunde (93%). Für 3/4 sind die Schule und das Smartphone von großem Interesse und Musik, Sport, Internet, Spielsachen, Laptop und Computer für 2/3 der Kinder. Die Hälfte der Kinder interessiert sich besonders für Bücher und Mode und drei von fünf mögen Tiere und Computer-, Konsolen- und Onlinespiele. Mädchen favorisieren die Themen Mode, Tiere, Bücher, Musik, Schule und Freunde. Jungen mögen lieber Sport, Computer-, Konsolen- und Onlinespiele, Technik, Internet und Handy. Mit dem Alter nimmt das Interesse an Spielsachen und Tieren ab und für Stars, Smartphone, Internet, Technik, Mode, Musik und Computer-, Konsolen- und Onlinespiele zu (vgl. ebd. S.6-9).

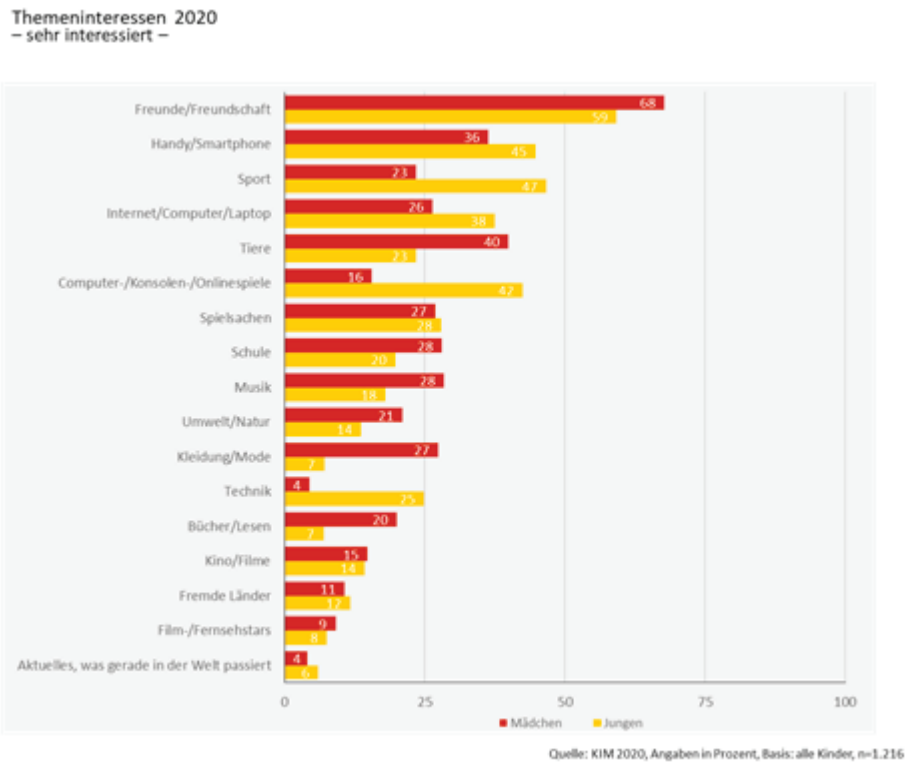

Abbildung 24: Themeninteressen aus der KIM-Studie 2020

Zur Ermittlung der Freizeitaktivitäten bekamen die Kinder eine Liste mit verschiedenen Tätigkeiten, bei denen sie die Häufigkeit der Nutzung angeben sollten. Das Ergebnis zeigte, dass 94% regelmäßig fernsehen und 93% ihre Freizeit täglich mit Hausaufgaben und Lernen verbringen. Freunde treffen (91%), drinnen (90%) und draußen (88%) spielen zählt ebenfalls zu den täglichen Aktivitäten. Mindestens einmal die Woche unternehmen 75% der Kinder etwas mit der Familie und 65% machen Sport oder hören Musik (70%). Weiterhin nutzen 65% regelmäßig das Handy, 60% spielen digitale

Spiele und 59% nutzen das Internet. Mit dem Alter verändern sich auch die Freizeitaktivitäten der Kinder. Mit sechs bis sieben Jahren ist das drinnen und draußen spielen präsent und zwischen 12 und 13 kommt den Hausaufgaben eine große Bedeutung zu. Für die Jungen sind Sport (30%) und digitale Spiele (31%) am wichtigsten und für Mädchen sind es familiäre Aktivitäten (20%), Haustiere (15%), kreative Beschäftigungen (14%) und Bücher (7%). Die Lieblingsbeschäftigungen beider sind jedoch das Treffen von Freunden und das Spielen draußen (vgl. ebd. S.13-18).

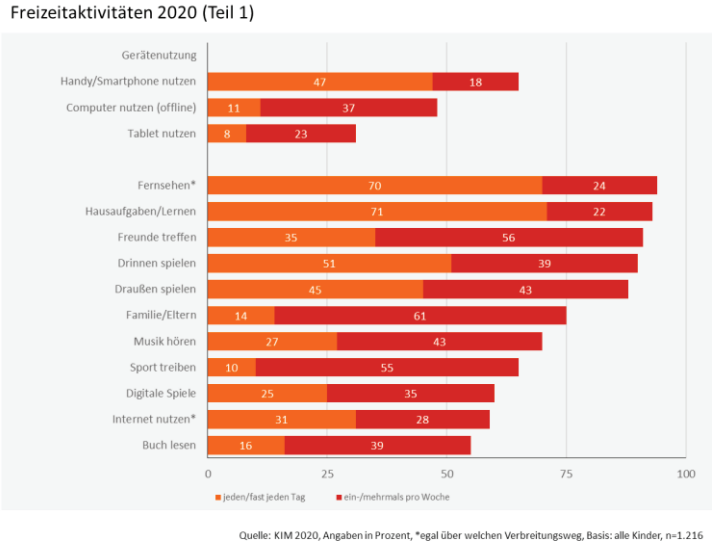

Abbildung 25: Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2020 (Teil1)

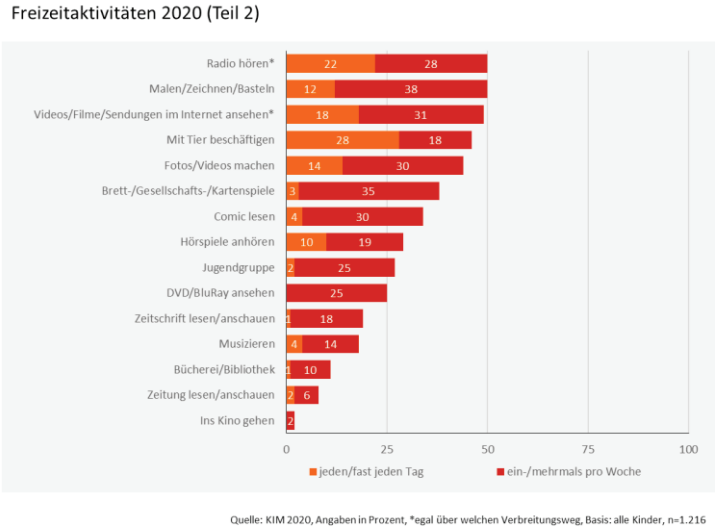

Abbildung 26: Freizeitaktivitäten aus der KIM-Studie 2020 (Teil2)

5.2.4 Vergleich KIM 2000, 2010 & 2020

Werden die drei Erhebungen nun miteinander verglichen fällt auf, dass der Medienbesitz mit den Jahren immer größer wurde. Die Themeninteressen haben sich nicht großartig verändert und die Freizeitbeschäftigungen zeigen minimale Veränderungen (vgl. MPFS ,2001, 2011, 2021).

Die Vielfalt des Medienbesitzes ist über die Jahre immer größer geworden. Während 2000 fast jeder Haushalt ein Fernsehgerät, Telefon, Radio und Videogerät besaß, sind es 2010 neben den genannten Geräten noch CD-Player, DVD-Player, Handy und Festnetztelefon. Im Jahre 2020 hat sich das Medienrepertoire der Haushalte um einen Internetzugang, Computer oder Laptop und neben dem Handy noch das Smartphone erweitert. Das Handy hat von der Erhebung 2000 zur Erhebung 2010 einen prozentualen Aufschwung von 37% erlebt und der Computer ebenso mit 34%. Die Nutzung des CD-Players und des Pay-TV ist geringfügiger um 27% und 10% gestiegen. Der größte Anstieg ist beim Internet zu verzeichnen mit 62% mehr Verfügbarkeit in den Haushalten. Die Erhebung von 2010, verglichen mit der Erhebung von 2020, zeigen kleine Anstiege im Bereich Handy, PC, Internet und Pay-TV. Lediglich die Nutzung des CD-Players ist im Jahre 2020 um 23% gesunken. Die Verfügbarkeit eines Fernsehgerätes im Haushalt liegt in allen drei Erhebungen bei 100%. Medien die erst laut der Erhebung von 2020 zum Medienbestand der Haushalte gehören sind Sprachassistenten, Streaming-Box oder Stick, Streaming Dienste und Internetfernsehen (vgl. MPFS, 2000, S.14; 2011, S.7; 2021, S.11). Beim eigenen Medienbesitz der Kinder ist eine Steigerung des Internetzugangs erst von 4% auf 9% zu erkennen und in der letzten Erhebung zeichnet sich ein Anstieg von 13% ab. Der Computer befand sich 2000 zu 24% im Eigenbesitz der Kinder, doch er sank 2010 auf 15% und stieg 2020 minimal um 3% an. Beim Handy, CD-Player, Spielekonsole und Fernsehgerät stiegen die Prozentzahlen zu ihrer Verfügbarkeit 2010 an und sanken 2020 wieder ab. Abschließend kann gesagt werden, dass die Vielfalt des Medienrepertoires über die Jahre immer mehr zugenommen hat. Der eigene Medienbesitz der Kinder und somit die selbstständige Nutzung war von der Erhebung 2010 ausgehend am höchsten (vgl. MPFS, 2000, S.16; 2011, S.8; 2021, S.12).

Die Themeninteressen der Kinder haben sich in den Jahren nur minimal geändert bzw. es sind neue dazu gekommen. Gleichbleibende Themeninteressen sind hier z.B. das Internet, Sport, Schule und Musik. Sport und Schule haben innerhalb der Erhebungen weder an Bedeutung verloren noch gewonnen. Diese Tätigkeiten weisen nur minimale

Veränderungen auf. Das Hören von Musik hat allerdings an Bedeutung verloren. Waren es im Jahr 2000 noch 33%, so sind es 2020 nur noch 23%. Das Internet hingegen, ausgehend vom Medienbesitz, hat ebenfalls an Interesse gewonnen und die Prozentzahl ist von 2000 zu 2020 um 13% gestiegen. Geschlechtsbezogen haben sich die Themeninteressen der Mädchen kaum verändert. Ihr Interesse gilt in allen drei Erhebungen den Tieren, Büchern, Musik und Mode. In der ersten Erhebung waren Musikstars- und Bands, Film- und Fernsehstars von großem Interesse. In den beiden Studien danach spielten Freunde und Schule noch eine große Rolle. Bei den Jungen sieht es mit den gleichbleibenden Interessen ähnlich aus. In allen drei Studien sind Interessen zum Thema Technik, Internet, Sport, Computer-, Konsolen- und Onlinespielen zu erkennen. In der Erhebung von 2000 sind Autos noch ein wichtiges Thema und in der Studie von 2020 kommt dem Handy ein großes Interesse zu. Alldem voran stehen für beide Geschlechter in allen drei Erhebungen die Freunde an erster Stelle und haben die größte Priorität. Abschließend ist zu sagen, dass sich die Themeninteressen der Kinder nicht wesentlich verändert haben, sondern höchstens die Intensität. Bei den Mädchen und Jungen sind ebenfalls nur minimale Veränderungen vorhanden (vgl. MPFS, 2000, S.11; 2011, S.6; 2021, S.8).

Die Freizeitaktivitäten der Kinder sind breit aufgestellt. Bezieht man die Aktivität auf mindestens einmal die Woche, so sind Fernsehen, Hausaufgaben, spielen drinnen und draußen, Freunde treffen und Zeit mit der Familie verbringen die häufigsten Freizeitaktivitäten. Fernsehen schauen, Freunde treffen und Hausaufgaben erledigen bzw. Lernen befinden sich in allen drei Jahren bei über 90% Aktivität mind. einmal die Woche. Drinnen und draußen spielen haben über die Jahre an Bedeutung gewonnen und liegen somit bei 94% und 91%. Zeit mit der Familie ist für die meisten mit 75% ebenfalls sehr wichtig. Die drei Lieblingsbeschäftigungen der Kinder sind in allen drei Studien Freunde treffen, draußen spielen und Fernsehen schauen. Freunde treffen (2000: 46%, 2020: 56%) hat mit den Jahren an Bedeutung gewonnen, ebenso wie draußen spielen (2000: 33%, 2020: 89%). Das Fernsehen jedoch war 2000 am präsentesten und verlor immer weiter an Interesse (2000: 35%, 2020: 22%). Für Mädchen ist das Malen und Basteln die Lieblingsfreizeitbeschäftigung. In der ersten Erhebung zählte dort noch das Fernsehen dazu und 2010 und 2020 waren es noch Bücher und Tiere. Für die Jungen zählen Sport und Computerspiele zu den liebsten Beschäftigungen. Im Jahre 2000 gehört das Spielen draußen und 2012 das Lesen von Comics zu den Lieblingsbeschäftigungen.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Freizeitaktivitäten der Kinder weitgehend gleichgeblieben sind. Das Fernsehen hat als Lieblingsbeschäftigung allerdings an Bedeutung verloren und das Spielen draußen ist präsenter geworden. Die grundsätzlichen Freizeitaktivitäten der Kinder haben sich ebenfalls kaum verändert. Dort sind ein paar neue dazu gekommen und einige gehören nicht mehr dazu (vgl. MPFS, 2000, S.8f.; 2011, S.9ff.; 2021, S.14ff.).

5.3 Fazit/Resümee

Allgemein geht aus den Erhebungen hervor, dass sich der Medienmarkt und der Medienbesitz über die Jahre vergrößert und erweitert haben. Vor allem digitale Medien haben zunehmend an Bedeutung gewonnen. In allen der fünf Studien ist das Fernsehgerät am häufigsten in den Haushalten vorzufinden und hat somit über 30 Jahre hinweg kaum an Bedeutung verloren. Folglich ist der Fernseher nach wie vor das Leitmedium unter den Medien. Im weiteren Verlauf wird deutlich, dass das Handy nach der Erhebung von 2000 einen enormen Aufschwung erlebte. Während in diesem Jahr nur 60% ein Handy besaßen, ist in den anderen Erhebungen in fast jedem Haushalt ein Handy oder Smartphone vorhanden. Einen enormen Abschwung hingegen erlebte der Kassettenrekorder. Dieser war 2000 noch in 88% der Haushalte vorhanden und erlebte anschließend einen Rückfall bis auf 28% im Jahre 2020. Insgesamt ist der Gerätebesitz immer größer geworden und die digitalen Medien immer präsenter, wie z.B. das Internet. Der eigene Medienbesitz der Kinder steigert sich mit dem Alter. Aus den Erhebungen 2012 und 2014 geht hervor, dass die Zwei- bis Fünfjährigen am häufigsten einen Kassettenrekorder und einen CD-Player besitzen. Das eigene Medienrepertoire steigt mit dem Alter. Anhand der KIM-Studie ist erkennbar, dass Kinder eine Vielzahl an Medien besitzen. Typische Medien sind hier das Fernsehgerät, das Radio, der CD-Player und die Spielekonsole. Am Gerätebesitz der Kinder kann ebenfalls der Aufschwung des Handys beobachtet werden. Im Jahre 2000 besaßen 6% ein Handy und in den Jahren 2010 und 2020 schon die Hälfte der Kinder.

Zu Beginn der Arbeit hätte ich angenommen, dass die Lieblingsbeschäftigung der Kinder das Fernsehen ist und Kinder heutzutage nicht mehr so viel draußen spielen. Aus den Erhebungen geht jedoch hervor, dass das Spielen draußen und drinnen die Lieblingsbeschäftigung der frühen Kindheit ist. In der mittleren Kindheit kommt dem Treffen mit Freunden die größte Bedeutung zu als Lieblingsbeschäftigung und auch das

draußen spielen ist eine präsente Freizeitbeschäftigung. In Bezug auf den Alltag und die regelmäßige Freizeitgestaltung weist das Fernsehen die höchste Bindungskraft auf, wie es aus den Erhebungen hervor geht.

Werden die Medien im zeitlichen Verlauf betrachtet, so ist das Fernsehen nach wie vor Leitmedium. Die digitalen Medien erlebten in den letzten 30 Jahren einen enormen Aufschwung, wie z.B. das Handy/Smartphone, das Internet oder der Computer bzw. Laptop. Die medialen Lebenswelten der Familien und somit der Kinder sind immer größer geworden und digitale Medien immer präsenter. Die liebsten Freizeitaktivitäten sind jedoch immer gleichgeblieben und verlangen nicht unbedingt die Medien.

Die empirische Reichweite der Studien ist durch gleichen Aufbau, gleiches Vorgehen und ähnliche Ergebnisse gegebenen. Durch den gleichen Aufbau und das gleiche Vorgehen ist ein Vergleich der Erhebungen möglich. Das Auswahlverfahren für die Studien fand nach dem Quotenverfahren statt. Das Quotenverfahren ist nach den Merkmalen für Bundesland und Gemeindetyp geschichtet. Dies geschah anhand der vorliegenden Strukturdaten des statistischen Bundesamtes für Haushalte zum aktuellen Befragungszeitpunkt. Die Zielpersonen wurden anhand von Quotenvorgaben vom Interviewer ausgewählt. Die Grundgesamtheit der Studie bildeten dabei die deutschsprachigen Kinder und deren primäre Bezugsperson. Die Stichprobengröße der miniKIM-Studien betrug etwas über 600 Personen und die KIM-Studie hatte ein Stichprobengröße von ca. 1.200 Personen. Im Jahr 2020 dauerte der Befragungszeitraum knapp zwei Monate, alle anderen Zeiträume der Befragung lagen bei ca. 1 ½ Monaten. Schlussfolgernd zu den Erwartungen und Ergebnissen der Studie kann gesagt werden, dass das Medienspektrum der Kindheit zwar groß ist und stetig zunimmt, aber in der Freizeitgestaltung stehen nicht- mediale Freizeitaktivitäten an erster Stelle. Im Alltag ist der Fernseher jedoch nach wie vor das Leitmedium. Letztendlich ist zu bemerken, dass Kinder auf immer natürlichere Weise in einer von Medien geprägten Welt aufwachsen (vgl. MPFS 2001, 2011, 2013, 2015, 2021).

6 Fazit

Die Forschungsfrage der Arbeit beschäftigt sich mit Medien in der frühen und mittleren Kindheit und wie sich mediale Lebenswelten von Kindern in den vergangenen Jahrzehnten verändert haben. Wie wachsen Kinder mit Medien auf? Was sind Medienwelten von Kindern? Wie verändern sich Medienwelten von Kindern? Die

Arbeit verdeutlicht, dass Medien im Alltag von Kindern eine enorme Rolle spielen und einen wichtigen Bestandteil in der Freizeitgestaltung darstellen. Medien sind allgegenwärtig und Kinder wachsen selbstverständlich mit Medien auf. Ein Fernhalten von Medien ist kaum mehr möglich, denn Medienangebote sind ein „natürlicher“ Teil der kindlichen Umwelt. Kinder werden in eine, teilweise bereits von den Eltern erschaffene bzw. vorhandene, Medienwelt hineingeboren. In der Kindheit dienen Medien der Kommunikation, Unterhaltung und Orientierung. Somit haben Medien die Macht Kinder zu beeinflussen. Medienbezogene Fähigkeiten erlernen Kinder schon im Säuglingsalter und erste Zugänge erlangen sie durch wiedererkennen von Objekten und Lebewesen. Medien werden für Kinder bedeutend, wenn sie die Inhalte an ihre Lebenswelt anschließen können. Mit zunehmendem Alter werden mediale Erfahrungen mit der realen Welt verbunden. Medien dienen dem Lernen und der aktiven Freizeitgestaltung.

Medien können als vermittelndes Element definiert werden und sie dienen der zwischenmenschlichen Kommunikation. Sie durchdringen alle Lebensbereiche des Menschen, wirken sozialisierend und verändern ihr Verständnis von Wirklichkeit. Somit stellen Medien eine eigene Sozialisationsinstanz dar. Sozialisation ist die Interaktion zwischen Individuum und Umwelt, wobei sich das Individuum aktiv mit seiner Umwelt auseinandersetzt. Mediensozialisation ist dahingehend die Sozialisation mit Medien und beschreibt das Wechselverhältnis von Subjekt und Medien. Der kompetente Umgang mit Medien bzw. die Fähigkeit mit Medien umzugehen und für die eigene Entwicklung nutzbar zu machen beschreibt den Begriff der Medienkompetenz. Medien sind fester Bestandteil kindlicher Lebenswelten und durchdringen alle Lebensbereiche. Mediatisierte Kindheit beschreibt in diesem Zusammenhang, dass Medien Orte und Formen von Kommunikation durchdringen. Medienwelten sind die vielfältigen Formen von Medien. Medienwelten sind Grundform unserer Wirklichkeit und Kinder wachsen von Geburt an in Medienwelten familiärer Umwelt auf.

Doch wie haben sich mediale Lebenswelten von Kindern in den letzten Jahrzehnten verändert? Das Medienrepertoire der Kinder und der Medienmarkt sind in den letzten Jahrzehnten immer größer geworden. Vor allem die digitalen Medien sind zunehmend präsenter geworden. Mit Blick auf die Ausstattung der Haushalte, befinden sich im Jahr 2000 Telefon, Fernsehgerät, Videogerät, Radio, Tageszeitung, Internet-Anschluss, Handy, Computer, Spielekonsole zumeist in den Haushalten. Innerhalb von 20 Jahren ist das Medienrepertoire der Haushalte enorm gestiegen. Im Jahr 2020 befinden sich in

den Haushalten zusätzlich ein Handy oder Smartphone, Computer oder Laptop, CD-, DVD-, Blue Ray-Player, Video-, Festplattenrekorder, Digitalkamera, Kindercomputer, Pay- TV, Tablet, Fernseher mit Internet, Streaming-Dienste, Kassettenrekorder, Streaming Box- oder Stick und digitale Sprachassistenten. Werden alle verwendeten Erhebungen der miniKIM-Studie und KIM-Studie betrachtet, so ist der Fernseher in allen Erhebungen am häufigsten vorhanden. Der eigene Medienbesitz der Kinder steigt mit dem Alter. Aus den miniKim-Studien geht hervor, dass die Kinder zumeist einen Kassettenrekorder und einen CD-Player besitzen. Zu geringen Prozentzahlen zählen dort noch ein Kindercomputer oder Radio dazu. Mit zunehmendem Alter gehört zum eigenen Medienbesitz der Kinder neben oben genannten noch ein Fernsehgerät, ein Computer und Handy. Ausgehend von der KIM-Studie 2000 gehören im Jahr 2020 noch ein Tablet, Streaming Dienste, Kindercomputer und Spielkonsole zum Medienrepertoire der Kinder. Mit Blick auf die Freizeitaktivitäten der Kinder, so ist das Spielen drinnen und draußen die tägliche, regelmäßige und liebste Freizeitbeschäftigung in der frühen Kindheit. In der mittleren Kindheit haben sich die täglichen, regelmäßigen und liebsten Freizeitbeschäftigungen über die Jahre kaum geändert. Aus der Erhebung von 2000 geht hervor, dass die tägliche, regelmäßige Freizeitbeschäftigung das Fernsehen ist. Die Lieblingsbeschäftigung ist neben dem Fernsehen allerdings noch das Treffen von Freunden. Im Jahre 2010 gehören die Hausaufgaben und das Lerne neben dem Fernsehen zur regelmäßigen Freizeitgestaltung, ebenso wie 2020. Ebenfalls ist die liebste Beschäftigung der Kinder in beiden Jahren das Treffen von Freunden und das Spielen draußen.

Zusammenfassend zum medialen Wandel der kindlichen Lebenswelten ist festzuhalten, dass das Medienrepertoire der Haushalte im Laufe der Zeit größer geworden ist und somit der Medienbesitz der Kinder. Prozentual schwankte die Besitzrate einiger Mediengeräte zwischen den Jahren, doch die Mediengeräte der Kinder sind ähnlich geblieben. Der eigene Medienbesitz steigt zudem mit dem Alter. Unerwarteter Weise haben sich die Freizeitbeschäftigungen der Kinder mit den Jahren kaum geändert. In der frühen Kindheit ist das Spielen draußen und drinnen von großer Bedeutung. In der mittleren Kindheit hat das Fernsehen eine große Bindungskraft als tägliche und regelmäßige Freizeitbeschäftigung und das Treffen von Freunden ist als Lieblingsbeschäftigung dargestellt. In den Erhebungen von 2010 und 2020 sind Hausaufgaben und das Lernen neben dem Fernsehen als tägliche und regelmäßige

Freizeitbeschäftigung gekennzeichnet. Die liebste Freizeitbeschäftigung ist neben dem Treffen mit Freunden das Spielen draußen.

Künftige Forschungen könnten sich tiefgründiger mit der Bedeutung der einzelnen Freizeitaktivitäten beschäftigen, da diese sich eventuell über die Jahre geändert hat. Während das Spielen draußen im Jahr 2000 vielleicht Toben im Wald oder Fußball spielen auf dem Bolzplatz bedeutete, kann es 2020 vielleicht das Hören von Musik im Park bedeuten. Die Bezeichnung der Freizeitbeschäftigungen hat sich zwar nicht geändert, doch kann die Bezeichnung eine ganz andere Bedeutung haben.

Literaturverzeichnis

Aufenanger, S. (2003): Die Bedeutung der Familie für die Entwicklung der Medienkompetenz von Kindern. Zeitschrift für Familienforschung, 15(2), 146-153.

Aufenanger, S. (2008): Mediensozialisation. In: F. von Gross, K.-U. Hugger, U. Sander (Hrsg.). Handbuch Medienpädagogik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, S.87-91.

Baacke, D. (1996): Medienkompetenz- Begrifflichkeit und sozialer Wandel. In: A. von Gross (Hrsg.). Medienkompetenz als Schlüsselbegriff. Bad Heilbrunn: Klinkhardt- Verlag, S.112-124.

Baacke, D. (1999): Die 0-5 Jährigen. Einführung in die Probleme der frühen Kindheit. (2. Auflage). Basel/Weinheim: Beltz.

Fleischer, S. (2014): Medien in der frühen Kindheit In: S. Fleischer, K.-U. Hugger, A. Tillmann (Hrsg.). Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 303-310.

Fromme, J., Iske, S., Marotzki, W. (2011): Zur konstituiven Kraft der Medien- Einleitung. In: J. Fromme, S. Iske, W. Marotzki (Hrsg.). Medialität und Realität. Zur konstitutiven Kraft der Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien, S.7-12.

Fuhs, B. (2014): Medien in der mittleren Kindheit In: S. Fleischer, K.-U. Hugger, A. Tillmann (Hrsg.). Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 313-319.

Hugger, K.-U. (2008): Medienkompetenz. In: F. von Gross, K.-U. Hugger, U. Sander (Hrsg.). Handbuch Medienpädagogik. Wiesebaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, S.93- 99.

Hugger, K.-U., Tillmann, A. (2014): Mediatisierte Kindheit- Aufwachsen in mediatisierten Lebenswelten. In: S. Fleischer, K.-U. Hugger, A. Tillmann (Hrsg.). Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 31-45.

Hurrelmann, K. (2003): Gesundheitsprobleme von Kindern und Jugendlichen - welche Rolle spielen die Massenmedien? Sozialwissenschaftlicher Fachinformationsdienst soFid, Gesundheitsforschung 2003.

Klimsa, A., Lange, A. (2012): Mediensozialisation - Medien als Sozialisationsinstanz. EEO Enzyklopädie Erziehungswissenschaft Online, S. 3-24.

Krämer, B. (2013): Mediensozialisation: Theorie und Empirie zum Erwerb medienbezogener Dispositionen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Lampert, C.,Süss, D., Trültzsch- Wijnen, C.W. (2018): Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung (3. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

Lepold, M., Ullmann, M. (2018): Digitalen Medien in der Kita. Altersintegrierte Medienbildung in der pädagogischen Praxis. Freiburg im Breisgau: Verlag Herber GmbH.).

Mikos, L. (2010): Mediensozialisation als Irrweg – Zur Integration von medialer und sozialer Kommunikation aus der Sozialisationsperspektive. In: D. Hoffmann, L. Mikos (Hrsg.). Mediensozialisationstheorien. Modelle und Ansätze in der Diskussion (2. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, S.27-46.

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (o.J.): Über den mpfs. Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/ueber-den-mpfs/

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (o.J.): miniKIM-Studie. Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/studien/?tab=tab-18-3

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (o.J.): KIM-Studie. Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/studien/?tab=tab-18-2

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2001): KIM-Studie 2000. Kindheit und Medien, Computer und Internet: Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2000/KIM_Studie_2000.pdf

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2011): KIM-Studie 2010. Kindheit + Medien, Computer + Internet: Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2010/KIM_Studie_2010.pdf

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2013): miniKIM-Studie 2012. Kleinkinder und Medien: Basisuntersuchung zum Medienumgang 2-bis 5-Jähriger in Deutschland Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2012/miniKIM_Studie_2012.pdf

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2015): miniKIM-Studie 2014. Kleinkinder und Medien: Basisuntersuchung zum Medienumgang 2-bis 5-Jähriger in Deutschland Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2014/Studie/miniKIM_Studie_2014.pdf

MPFS - Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2021): KIM-Studie 2020. Kindheit, Internet, Medien: Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Abgerufen am 25.05.2021 von URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2020/KIM-Studie2020_WEB_final.pdf

Naab, T: (2021). Zwischen Einschränkung und gemeinsamer Nutzung: Mediennutzung und Medienerziehung von Kindern im Alter von bis zu elf Jahren. In: S. Kuger, T. Rauschenbach, S. Walper (Hrsg.). Aufwachsen in Deutschland 2019. Alltagswelten von Kindern, Jugendlichen und Familien. Bielefeld: wbv Media GmbH & Co. KG, S.57-63.

Nitsche, K. (2012): Kinderwelten- Medienwelten. Medienpädagogische Arbeit mit Kindern unter drei Jahren. Schaffenhausen: SCHUBI Lernmedien.

Pietraß, M. (2018): Medienbildung. In: B. Schmidt-Hertha, R. Trippelt (Hrsg.). Handbuch Bildungsforschung. (4.Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien GmbH Wiesbaden, S.607-624.

Schorb, B. (2003): Politische Sozialisation durch Medien. In: K. Fritz, S. Sting, R. Vollbrecht (Hrsg.). Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen: Leske + Budrich, S. 75-78.

Schorb, B. (2005): Medienkomptenz. In: J. Hüther, B. Schorb (Hrsg.). Grundbegriffe Medienpädagogik. (4. Auflage). kopaed, S.257-262.

Schorb, B. (2005): Sozialisation. In: J. Hüther, B. Schorb (Hrsg.). Grundbegriffe Medienpädagogik. (4. Auflage). kopaed, S.381-388.

Süss, D. (2004): Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen - Konstanten - Wandel. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Theunert, H. (2005): Kinder und Medien. In: J. Hüther, B. Schorb (Hrsg.). Grundbegriffe Medienpädagogik. (4. Auflage). kopaed, S.195-202.

Vollbrecht, R. (2003): Aufwachsen in Medienwelten. In: K. Fritz, S. Sting, R. Vollbrecht (Hrsg.). Mediensozialisation. Pädagogische Perspektiven des Aufwachsens in Medienwelten. Opladen: Leske + Budrich, S. 13-15.

Vollbrecht, R. (2014): Mediensozialisation In: S. Fleischer, K.-U. Hugger, A. Tillmann (Hrsg.). Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 115- 122.

Zimmermann, P. (2003): Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter (2. Auflage). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH