



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest



Radio & Co.

Infoset Medienkompetenz
10 Fragen - 10 Antworten

Radio & Co.

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

In der Öffentlichkeit spielen Hörmedien leider oft zu Unrecht eine Nebenrolle. Sie stehen vor allem im Schatten des Fernsehens. Dabei können Hörmedien als zentrale elektronische Leitmedien nicht nur bei Jugendlichen, sondern bereits 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.





In welchem Umfang werden Hörmedien genutzt?

Gut vier Fünftel der Sechs- bis 13-Jährigen hören regelmäßig Musik, mehr als die Hälfte hört Radio und knapp ein Drittel nutzt Hörspiele oder Hörbücher. Bei den Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren nutzen über 80% mindestens mehrmals pro Woche einen MP3-Player, etwa drei Viertel das Radio und 56% Musik-CDs und Kassetten.

Die Rolle des Radios bleibt konstant sehr wichtig (wobei Radio nicht mehr nur im herkömmlichen Sinn als UKW-Medium, sondern auch als Onlinemedium verstanden wird), einen enormen Siegeszug haben jedoch inzwischen der MP3-Player, der Computer, das Handy und das Internet als Musikmedien angetreten. Sie sind aus dem Alltag der Heranwachsenden nicht mehr wegzudenken und verbinden das Hören mit dem Downloaden und Sammeln von Musik (Musiktausch und -kaufbörsen im Internet) und erscheinen durch die Möglichkeit des Erstellens von individuellen Wiedergabelisten besonders attraktiv. Inzwischen haben über 80% der Zwölf- bis 19-Jährigen einen eigenen MP3-Player, etwa 60% besitzen ein eigenes Radio.



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

Im Vorschulalter sind Geschichten auf 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.



Warum sind Hörspiele bei Kindern so beliebt?

Hörspiel-CDs sind die zentralen Hörmedien für Vorschulkinder bzw. jüngere Schüler. Wichtig für die 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.ohrenspitzer.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 das Vielhören 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. Der HNO-Berufsverband riet jüngst dazu, die Musik mit dem MP3-Player nur in Zimmerlautstärke zu hören und den Ohren nach einer Stunde Ruhe zu gönnen. 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).



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.



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.



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 selbstständig zu bewegen. Vor allem die Gleichaltrigen-gruppe, 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.

Text: Prof. Dr. Klaus Neumann-Braun,
Ordinarius für Medienwissenschaften an der Universität Basel,
Philosophisch-Historische Fakultät

Alle Themen des Infosets Medienkompetenz:

- Frühe Kindheit und Medien
- Medien und die Entwicklung des Kindes
- Lesen
- Kinder und Fernsehen
- Gewalt und Fernsehen
- Medien und Wirklichkeit
- Kulturtechniken und Medien
- Radio & Co.
- Computer & Computerspiele
- Internet
- Online-Kommunikation
- Handys, Smartphones, Apps
- Werbung

Herausgeber

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstr. 27 | 70178 Stuttgart
Telefon: 0711-66 99 131 | Telefax: 0711-66 99 111
info@mpfs.de | www.mpfs.de

Leitung:

Thomas Rathgeb (LFK)
Peter Behrens (LMK)

14. Auflage (2016)

Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) zeigt den Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland.

Die Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) bildet seit 1999 das Mediennutzungsverhalten der 6- bis 13-Jährigen ab.

Die Familienstudie FIM (Familie, Interaktion & Medien) liefert neue Erkenntnisse zur Kommunikation und Interaktion in deutschen Familien sowie repräsentative Ergebnisse über die Mediennutzung im Familienkontext.

