



## Tablets im Familienalltag von Klein- und Vorschulkindern



### Tablets in the family life of toddlers and preschoolers

Christine Feil

Deutsches Jugendinstitut, Kinder und Kinderbetreuung, Nockherstr. 2, München 81541, Germany

#### INFORMATIONEN ZUM ARTIKEL

##### Historie des Artikels:

Eingegangen am 1<sup>er</sup>. Dezember 2015

Akzeptiert am 14. April 2016

##### Schlüsselwörter:

Medienpädagogik  
Mediennutzung  
Qualitative Methoden  
Interaktive Medien  
Medienerziehung  
Neue Medien

##### Keywords:

Media education  
Media use  
Qualitative methods  
Interactive media  
Parental mediation  
New media

#### ZUSAMMENFASSUNG

„Keine Medien für Kinder unter Drei!“, der populäre Slogan hat seit der Verbreitung der Touchscreen-Medien als Elternratschlag ausgedient. Berichtet werden Befunde aus Elterninterviews, die im Kontext einer qualitativen Beobachtungsstudie zum Umgang von 2- bis 6-jährigen Kindern mit Tablets durchgeführt wurden. Die mobilen Geräte werden von den Kindern fast ausschließlich zu Hause zum Spielen mit Apps und – mit dem Erreichen des Kindergartenalters – auch zum Ansehen von YouTube-Videoclips genutzt. Auch wenn die Eltern den Kindern hin und wieder das Tablet oder Smartphone überlassen, um für sich selbst Freiräume im Rahmen des Haushaltsmanagement zu schaffen, so sorgen sie doch durch Zugangsschranken und Nutzungsregeln für einen moderaten, zeitlich beschränkten Mediengebrauch. Dabei sind die Beweggründe der Eltern, ihr Kind mit den digitalen Medien bekannt zu machen, recht unterschiedlich. Sie reichen von der Präsenz der Medien im Familienalltag, die das Interesse des Kindes weckt, über das spielerische Lernpotenzial, das genutzt werden kann, bis hin zum Fügen in eine scheinbare Notwendigkeit, die die moderne digitalisierte Gesellschaft fordert.

© 2016 Swiss Association of Communication and Media Research. Published by Elsevier GmbH. All rights reserved.

#### ABSTRACT

“No media for children under three!”, this popular slogan is no longer valid as an advice for parents since the spreading of the touchscreen media. The study presents findings from parent interviews which were held in the context of a qualitative observational study of 2- to 6-year-old children on tablet handling. The mobile devices are used by the children at home almost entirely to play with apps and – at attaining the kindergarten age – also to watch video clips. Even if the parents now and then leave the tablet or smartphone to the children to get themselves time to manage the household, they nevertheless make clear by restrictions and rules that there has to be a modest, time limited use of the media. Yet the motivations of the parents to make their child familiar with digital media are quite different. They range from the presence of the media in family life which arouses the interest of the child, through the playful learning potential that can be used, up to submission to an apparent necessity that demands digitized modern society.

© 2016 Swiss Association of Communication and Media Research. Published by Elsevier GmbH. All rights reserved.

### 1. Zur Einordnung des Phänomens: Einige quantitative Daten

Der Medienumgang von Kindern unter sechs Jahren gerät nicht nur zunehmend ins Blickfeld der Öffentlichkeit, sondern auch in den Fokus der sozialwissenschaftlichen Forschung. In jüngster Zeit wurden einige quantitative Befunde zum Gebrauch der digitalen

Medien durch junge Kinder veröffentlicht. So brachte der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) im Jahr 2013 erstmals die Studie „miniKIM 2012 – Kleinkinder und Medien“ heraus. Berichtet wird, dass 15% der Familienhaushalte mit 2- bis 5-jährigen Kindern mit Tablets ausgestattet seien, wobei 4% der Kinder dieses Gerät zumindest selten alleine und 23% gemeinsam mit den Eltern nutzten (mpfs, 2013: p. 20). In der Nachfolgestudie „miniKIM 2014“ wird für die Familienhaushalte mit 23% eine etwas höhere Ausstattungsrates ausgewiesen. Doch der Zugriff der

E-mail address: [christine.feil@mnet-online.de](mailto:christine.feil@mnet-online.de)

<http://dx.doi.org/10.1016/j.scoms.2016.04.006>

1424-4896/© 2016 Swiss Association of Communication and Media Research. Herausgegeben von Elsevier GmbH. Alle Rechte vorbehalten.

**Tabelle 1**  
Gemeinsame Medienaktivitäten mit dem Kind (zumindest selten; in Prozent).

	n	unter 1 Jahr	1 Jahr	2 Jahre	3 Jahre	4 Jahre	5 Jahre	6 Jahre	Gesamt
Apps anschauen	4.993	7,1	18,1	34,3	39,5	45,9	49,5	45,0	32,5
Ins Internet gehen	5.002	5,4	10,1	25,8	39,4	48,3	56,4	64,9	31,3
Etwas am PC machen	5.005	9,0	20,0	40,7	49,5	58,4	69,4	75,1	41,7

Quelle: Deutsches Jugendinstitut, AIDA:II – Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten, Teilstichprobe (Erhebungszeitraum 09/2013 bis 2/2014): Befragte, deren Kinder noch nicht die Schule besuchen, n = 5.007; eigene Berechnung.

Kinder auf die Geräte hat sich verglichen mit 2012 überproportional erhöht: Zumindest selten wurde das Tablet nun etwa von jedem fünften Kind alleine (19%) und jedem dritten gemeinsam mit den Eltern genutzt (32%). Hochgerechnet auf alle Kinder kommt der Forschungsverbund zu dem Schluss, dass 15% der Kinder in der Altersgruppe der 2- bis 5-Jährigen schon Erfahrung mit dem Tablet sammeln konnten (mpfs, 2015: p. 24). Dagegen wird in der jüngst erschienenen „U9-Studie – Kinder in der digitalen Welt“ (DIVSI, 2015: pp. 58ff) festgehalten, dass nur 8% der 3- bis 8-Jährigen ein Tablet verwenden, ein Smartphone hingegen ein Drittel von ihnen, wobei bereits 23% der 3-Jährigen damit umgehen.

Je nach ausgewählter Altersgruppe, Größe des Samples und Frageformulierung kommen die Studien – trotz Repräsentativität – zu durchaus unterschiedlichen Ergebnissen. Im DJI-Survey „AID:A II – Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten“ (DJI, 2015) wurden die Mütter z.B. danach gefragt, wie häufig sie mit ihrem Kind *gemeinsam* Apps angucken oder damit spielen, ins Internet gehen oder etwas am Computer machen (vgl. Tabelle 1).

Unter den 24 abgefragten gemeinsamen Aktivitäten nehmen die digitalen Medien nach Häufigkeit betrachtet die letzten drei Rangplätze ein. Darüber hinaus wird deutlich, dass die Kinder mehrheitlich keine Erfahrung mit ihnen haben. Vor dem Schuleintritt kommen 33% der Kinder mit Apps, 31% mit dem Internet und 42% mit dem Computer zumindest selten in Kontakt. Wie alle Studien zeigen, ist auch hier der Medienzugang der unter 6-Jährigen altersabhängig. Vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Anforderungen, die die verschiedenen digitalen Medien an die Kinder stellen, gibt es auch entwicklungsbedingte Unterschiede: 89% der Kinder, die sich mit Apps beschäftigen, können laut Elternangaben einen Touchscreen bedienen, aber nur 44% der Computernutzer mit einer Computermaus umgehen und nur 13% der Internetnutzer finden sich auf einer Internetseite zurecht. Eine von den Eltern unbegleitete Mediennutzung der Kinder ist folglich am ehesten bei den Apps zu erwarten.

Mit Blick auf die Nutzung von Apps, die sich auf den Tablets und Smartphones befinden, fällt auf, dass die Nutzerquoten von 7% bei den unter 1-Jährigen bis auf 46% bei den 4-Jährigen ansteigen, dann aber nahezu konstant bleiben. Diese „Stagnation“ ist vermutlich auf die wesentlich geringere Verbreitung sowohl der Tablets als auch der Smartphones in den Familienhaushalten zum Erhebungszeitpunkt von AID:A (September 2013 bis Februar 2014) zurückzuführen, wohingegen bei PC und Internet in Familienhaushalten von einer nahezu 100%-Sättigung ausgegangen werden kann (vgl. mpfs, 2012: p. 57). Doch die Beschäftigung der Kinder mit dem Tablet ist nicht allein von der Ausstattungsquote der Haushalte, sondern auch von der Einstellung der Eltern abhängig. Stimmt 2012 noch 52% der Eltern der 2- bis 5-Jährigen, die über ein Tablet verfügen, dem Statement „Tablet-PCs sind nichts für Kinder“ zu, so sank die Zustimmungskquote 2014 auf 39% (ibid.: p. 21). Ähnliches stellt Aufenanger (2014: pp. 16ff) auf Basis einer Befragung von Müttern mit Kindern im Alter zwischen 0 und 5 Jahren fest: Nur ein knappes Drittel lehnt die frühe Beschäftigung der Kinder mit digitalen Bildschirmmedien ab, auch wenn zugleich etwa drei Viertel der Mütter der Auffassung sind, dass diese für Kinder im Alter ihres eigenen Kindes eher schädlich sind.

Gerne wird in den Forschungsarbeiten damit argumentiert, dass immer mehr Kinder in immer jüngerem Alter Zugang zu digitalen

Medien haben. Dies mag für einige der europäischen Länder, insbesondere für die skandinavischen gelten (vgl. Holloway, Green, & Livingstone, 2013) und auch für die Vereinigten Staaten von Amerika (vgl. Rideout, 2013, Wartella et al., 2014). Doch die Evidenz des Arguments wäre für Deutschland noch empirisch zu belegen. Denn wie die Längsschnitt- bzw. Trenddaten des Medienpädagogischen Forschungsverbunds belegen, blieb nach der „Einstiegsphase“ ins Internet der Anteil der Eltern, die ihrem Vorschulkind Internetzugang gewähren, in Deutschland seit Jahren konstant. Vor dem Hintergrund der kulturellen Unterschiede und frühpädagogischen Traditionen in den Ländern, könnte dies bei der Entwicklung der kindlichen Nutzerzahlen von internetfähigen Smartphones und Tablets erneut zu beobachten sein. Um die besondere Situation in Deutschland einschätzen zu können, wird – wie in der Forschungsliteratur vielfach gefordert (vgl. Fleischer, 2014: p. 310) – mit der vorliegenden kleinen Studie ein erster Versuch unternommen, die mobile Mediennutzung junger Kinder im Alltag aufzuhellen.

Im Folgenden werden ausgewählte Ergebnisse aus Elterngesprächen zum Umgang ihres Kindes mit mobilen internetfähigen Endgeräten präsentiert, die im Kontext der qualitativen Beobachtungsstudie von 2- bis 6-jährigen Kindern im „Projekt: Digitale Medien in der Lebenswelt von Klein- und Vorschulkindern“ (2013 – 2016) geführt wurden. Das Projekt wird am Deutschen Jugendinstitut München durchgeführt und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert (vgl. <http://www.dji.de/www-kinderseiten>).

## 2. Fragestellung der qualitativen Beobachtungsstudie, Stichprobe und Methode

Im Fokus der Forschungsarbeit steht die Aneignung der neuen Medien – Smartphone und Tablet – durch Kinder, die über teilnehmende Beobachtungen, technisch unterstützt durch Videodokumentation, erfasst wurde. Vor diesem Hintergrund wurden in einer offenen Gesprächssituation Leitfadenterviews mit den Eltern geführt, die darauf zielten, Aufklärung über die Rahmenbedingungen der Medienzuwendung der Kinder zu erhalten, ohne zugleich deren Mediennutzung zu problematisieren. Folgende Themenbereiche wurden abgedeckt: Haushaltsausstattung mit digitalen Medien; Zugriffsmöglichkeiten des Kindes auf die Geräte; Nutzungsanlässe, Nutzungssituationen, Nutzungsregeln, Nutzungsverhalten des Kindes, Medienkonflikte; Chancen und Risiken des Umgangs der Kinder mit digitalen Medien; Maßnahmen zur Risikominimierung und das Informationsverhalten der Eltern. Der Schwerpunkt des Gesprächs lag auf der Integration der neuen Kindermedien in den Familienalltag und weniger auf Aspekten der elterlichen Medienkompetenzförderung oder der Erfassung von Medienerziehungsstilen, die darauf zielen, medienpädagogische Unterstützungsbedarfe und politische Handlungsempfehlungen zu eruieren (vgl. z.B. Wagner u.a., 2013; Grobbin & Feil, 2015; Kühn & Lampert, 2015). Ein einwöchiges Medientagebuch zur Smartphone- und Tabletverwendung der Kinder (vgl. 6) sowie Screenshots vom Kinderapp-Angebot auf den Familientablets ergänzen die Interviews (vgl. 3).

Beobachtet wurden 23 Kinder, 10 Jungen und 13 Mädchen, aus 17 Familien, die für die Studie nach dem „Schneeballprinzip“

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/6576221>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/6576221>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)