

# **Thema: Die Bedeutung von Hörmedien für Kinder und Jugendliche**

## **Inhaltsverzeichnis**

Einleitung	1
<b>Teil A: Hörmedien allgemein</b>	
1. Was sind Hörmedien?	2
2. Funktionen von Hörmedien	3
3. Wirkungen von Hörmedien	4
<b>Teil B: Hörfunk</b>	
1. Angebot und Nutzung des Hörfunks	6
2. Radiohören als „Nebenbei“-Tätigkeit	10
<b>Teil C: Tonträger, insbesondere Hörkassetten</b>	
1. Angebot und Nutzung von Tonträgern	11
2. Besonderer Stellenwert von Hörkassetten bei Kindern	12
3. Vorlieben beim Hören von Kassetten	13
4. Hören als emotionales Erlebnis	14
5. Vielhören - ein Problem?	15
Schlußbemerkung	16
Literaturverzeichnis	

## Einleitung

Seit es Medien gibt, beeinflussen sie den Menschen. Egal, ob Fernsehen, Radio oder Zeitung - sie verändern unsere Weltsicht. Es existieren keine Beschränkungen mehr, so daß man sich nur über das unmittelbare Umfeld informieren kann. Nein, wir werden heutzutage mit den aktuellsten Informationen aus aller Welt rund um die Uhr versorgt.

Aber der Einfluß der Medien zeichnet sich auch auf andere Weise ab: Wir nutzen Medien nicht nur, um unsere Welterfahrung zu erweitern, sondern auch, um zu entspannen oder einfach einmal abzuschalten. Kurz gesagt, wir versuchen mit den Medien auch unsere Stimmung zu kompensieren.

In dieser Arbeit geht es jedoch nicht um Mensch und Medien allgemein. Vielmehr interessieren speziell die Hörmedien und deren Bedeutung für Kinder und Jugendliche. Zu Beginn, in Teil A, wird zunächst erklärt, was man unter dem Begriff „Hörmedien“ überhaupt zu verstehen hat, bevor auf die einzelnen Funktionen und Wirkungen näher eingegangen wird. Nach diesem Überblick gebenden Teil erfolgt eine grobe Splittung der Hörmedien in Hörfunk, der im Teil B betrachtet wird und in Tonträger, die in Teil C erörtert werden. Bei der Abhandlung über den Hörfunk waren folgende Fragen ausschlaggebend: Welche Hörfunkangebote und -nutzungsmöglichkeiten bieten sich Kindern und Jugendlichen heute im Vergleich zu vergangenen Jahren? Wie lange hören Heranwachsende etwa Radio und wie sieht die Nutzung während eines Tages aus? Was hören Kinder und Jugendliche am liebsten im Radio? Und während welchen Aktivitäten wird Radio nur nebenbei gehört? Im letzten Teil wird die Bedeutung von Tonträgern, insbesondere Hörkassetten, für Kinder hinterfragt. Aber zuvor gibt es einen kurzen Überblick über das Angebot und die Nutzungsmöglichkeiten von Tonträgern für Kinder und Jugendliche. Erst danach werden folgende Fragen geklärt: Warum sind Hörkassetten für Kinder so wichtig? Welche Vorlieben haben sie beim Hören der Kassetten? Warum ist das Hören für Kinder ein besonders emotionales Erlebnis? Und stellt Vielhören ein Problem für Kinder dar? In der Schlußbetrachtung werden die bisherigen Forschungsergebnisse eingeschätzt und einige Punkte kritisiert.

## Teil A: Hörmedien allgemein

### 1. Was sind Hörmedien?

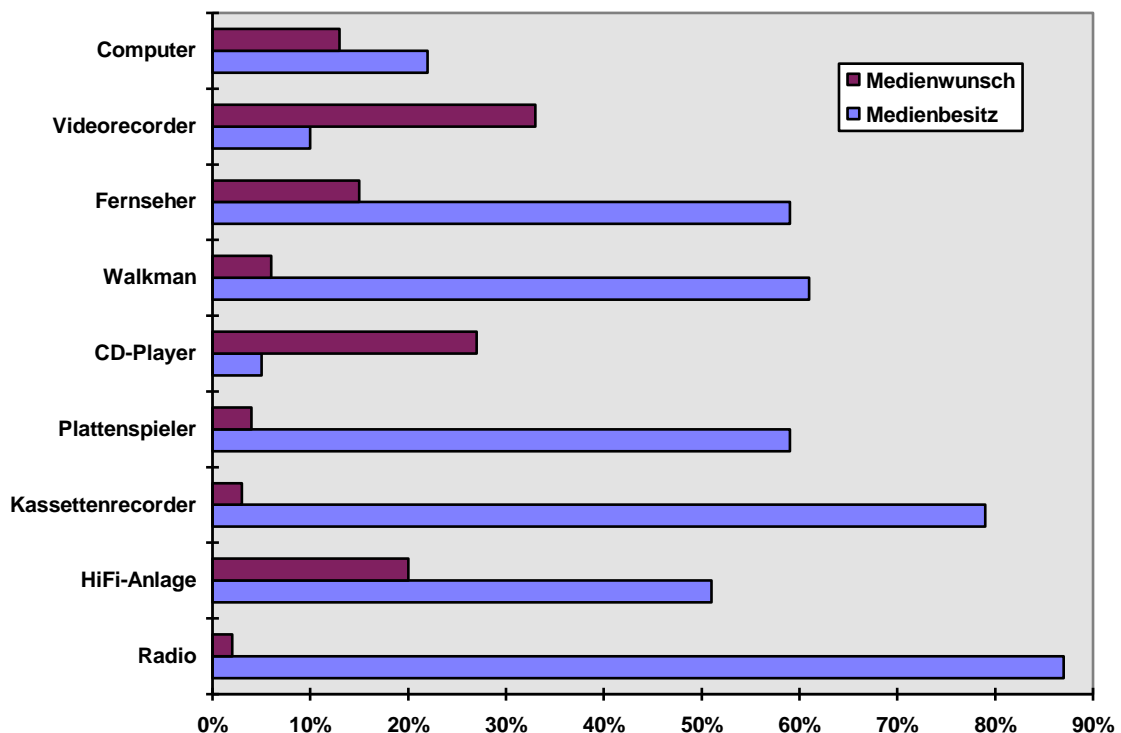
Hörmedien im Sinne dieser Arbeit sind alle technischen Träger von Kommunikation, die Inhalte auditiver Art an ein prinzipiell unbegrenzt und disperses (räumlich und/ oder zeitlich getrenntes) Publikum vermitteln.

Das heißt, Hörmedien sind dann einzelnen:                   a.) Hörfunk  
   b.) Tonträger (Audio-Kassetten,  
   Schallplatten, Tonbänder, CD`s)

Dazu zählen aber auch deren Verbreitungsmittel, die da sind Radiogeräte, HiFi-Anlagen, Kassettenrecorder, Plattenspieler, Tonbandgeräte, CD-Player, Walkmen, Discmen usw. (vgl. Schönbach, 1993, S. 232/ 233).

Die Verbreitungsmittel auditiver Inhalte sind heute in nahezu allen Haushalten zu finden. Ältere Kinder und Jugendliche besitzen sie sogar vielfach selbst. (siehe Abbildung 1)

Abbildung 1: Medienbesitz und -wunsch von Jugendlichen



Quelle: Schmälzle, 1992, S. 3

Vergleicht man den ermittelten Medienbesitz mit dem geäußerten Medienwunsch der Jugendlichen, so stellt man zwar eine Dominanz von auditiven Medien fest, aber im Wunschverhalten rangiert der Videorecorder vor dem CD-Player, der HiFi-Anlage und vor dem Computer (vgl. Schmälzle, 1992, S. 36).

Dieses Phänomen könnte man der Faszination, die „Neue Medien“ auf Jugendliche ausüben, zuschreiben. Während auditive Medien im Laufe der Zeit alltäglich und selbstverständlich für sie geworden sind.

## 2. Funktionen von Hörmedien

Die Funktionen auditiver Medien können individueller, sozialer oder gesellschaftlicher Art sein. Zum Beispiel kann Popmusik...

- (1) ...helfen, persönliche Probleme zu überwinden oder
- (2) ...gesellschaftlich integrierend wirken (eine „Jugendkultur“ definieren).

Generell gesehen ist die Funktionsvielfalt der Hörmedien vor allem bei älteren Jugendlichen größer als die anderer Medien. Zusätzlich sind die Funktionen des Radios für alle kindlichen und jugendlichen Hörer noch vielseitiger und bedeutender als die von Tonträgern.

Einige Funktionen stellen sich als besonders wichtig heraus:

### a.) Ausgleich und Entlastung

Jugendliche, die sich als weniger leistungsfähig wahrnehmen, neigen generell zu vermehrtem Medienkonsum. Das bedeutet, junge Leute mit schlechten Schulleistungen hören häufiger Radio und Tonträger mit Popmusik. Die Wissenschaftler deuten dies als einen verstärkten *Hedonismus* (Streben nach sinnlichen Genüssen) im Vergleich zur Werthaltung bei starken Nutzern auditiver Medien.

Medien werden insgesamt zur „Lernflucht“ genutzt. Sie bieten eine Art „Selbstmedikation“, um den Alltag erträglicher zu machen. Dieser *Escapismus* ist auch ein wichtiges Motiv für Jugendliche, Radio oder Tonträger zu hören.

Musik auf Tonträgern oder im Radio dient, wie schon öfter nachgewiesen, der „*Stimmungskontrolle*“. Das heißt, in erster Linie steuern sie Traurigkeit und Müdigkeit.

### b.) Identität und Abgrenzung zur Erwachsenenwelt

„Musik ist das, was Jugend vereint und so eine eigene Welt gegenüber Schule und Elternhaus abgrenzt“ (s. Bonfadelli u. a., 1982, S. 179).

Aber die neuerliche Ausdifferenzierung der Hörmedienangebote könnte auch statt der Vereinheitlichung des Musikgeschmacks eine Zersplitterung des jugendlichen Publikums zur Folge haben.

### c.) Herstellung von sozialen Kontakten und sozialer Koordination

Eine gut belegte Funktion des Musikhörens bei Jugendlichen ist das *Herstellen von Geselligkeit*, was bedeutet, mit anderen jungen Leuten in Kontakt zu kommen. Dieser Aspekt gilt vor allem für die Nutzung des Radios.

Musik allgemein ist bei Kindern oft Gesprächsthema mit Freunden und Freundinnen.

Kinder setzen Medien (z.B. Hörkassetten) aber auch ein, um:

- auf sich aufmerksam zu machen
- ihre Kompetenz zu beweisen
- emotionale Gemeinsamkeiten mit anderen herauszustellen
- sich von sozialen Anforderungen zu lösen oder
- allein zu sein.

Die neuen Formen isolierten Hörens (Walkman, Discman) ändern jedoch möglicherweise die soziale Funktion von Hörmedien.

Radiohören hat für weite Teile seines Publikums oft noch die Funktion eines *Rituals*: Das Anschalten des Radios begleitet zum Beispiel das Aufstehen am Morgen, das Nachhausekommen ... (siehe dazu auch in Teil B Punkt 2)

Inwieweit dies auch für Kinder und Jugendliche gilt, ist noch nicht erwiesen (vgl. Schönbach, 1993, S. 236 - 238).

## 3. Wirkungen von Hörmedien

Für die Wirkungen des Medienhörens auf das junge Publikum sind bisher fast immer die Kausalrichtungen nicht erwiesen. Aus diesem Problem stellt sich zum Beispiel die Frage: Macht Medienhören beliebt oder führt Beliebtheit zu mehr Hören?

Es ist möglich, daß beides stimmt. Aber eine gegenseitige Verstärkung beschreibt diese Prozesse wohl am besten.

Vermutet wurden bisher folgende Effekte:

### a.) Beliebtheit

Die soziale Beliebtheit von Jugendlichen nimmt zu, wenn sie viele Schallplatten, Kassetten oder CD's hören. Weil es sich dabei um ein Medienverhalten handelt, das vor allem in peer-groups wünschenswert ist und praktiziert wird.

### b.) Schulleistungen

Rosengren und Windahl (1989) vermuten, daß übermäßiges Hören von Popmusik die Schulleistungen von Kindern und Jugendlichen nachhaltig beeinflusst, ja sogar beeinträchtigt.

### **c.) Abweichendes Verhalten**

Aus den Vereinigten Staaten von Amerika kommen in letzter Zeit immer öfter Vorwürfe, daß „satanische“ Texte in der Popmusik Jugendliche zu verbrecherischen Handlungen verleiten.

### **d.) Politische Sozialisation**

Hierbei wird vermutet, daß nicht nur einschlägige Sendungen im Radio, die sich keiner großen Beliebtheit erfreuen, sondern auch beispielsweise Texte der Popmusik und Attitüden einen Einfluß auf Jugendliche ausüben. Denn Popmusik definiert beispielsweise die Zugehörigkeit zu bestimmten peer-groups, die auch zu politischen Handlungen fähig sind.

Zweifellos stehen noch sehr viele Fragen offen, oder sie konnten nur teilweise beantwortet werden: Beispielsweise weiß man nicht, wie heute das Angebot von Kindersendungen im Radio aussieht, welche Hörkassetten für Kinder erfolgreicher sind als andere und wie „nebenbei“ Radio und andere Tonträger in dieser Altersgruppe wirklich laufen. Um das zu klären, bedarf es vielen langfristigen Untersuchungen mit hohem methodischem Aufwand. Schuld an diesen großen Wissenslücken ist möglicherweise auch die durch seine leichte Zugänglichkeit begünstigte „Profanierung“ des Medienhörens als Bestandteil alltäglicher Routine.

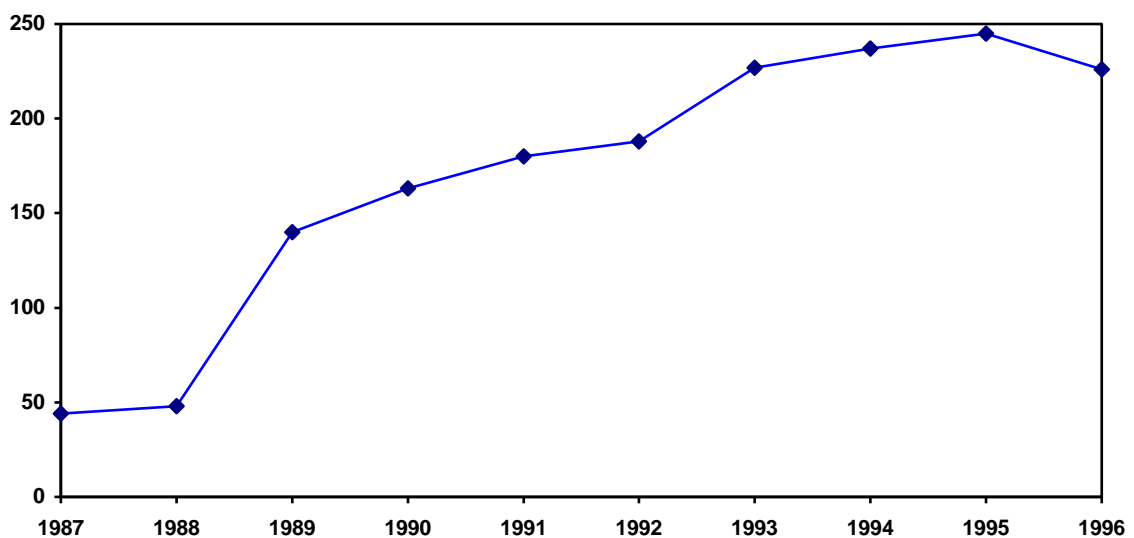
Aber einige Erkenntnisse über Hörmedien sind bereits ausgereift. Dazu zählen zum einen, wie lange Kinder und Jugendliche hören und zum anderen, mit welchen Verbreitungsmedien sie dies tun. Das liegt zum größten Teil daran, daß die Anbieter von Hörmedien in der Regel an solchen Informationen interessiert sind (vgl. Schönbach, 1993, S. 232; 238/ 239).

## 1. Angebot und Nutzung des Hörfunks

Innerhalb der letzten zehn Jahre veränderte sich die Hörfunklandschaft auf dem Gebiet der alten Bundesländer erheblich. Ende der 80er Jahre erhielt das Hörfunkangebot einen mächtigen Schub: Binnen eines Jahres (von 1988 zu 1989) erhöhte sich die Anzahl der Sender und Programme von 48 um fast 100 auf 140. Danach verlief der Anstieg relativ konstant, bis sich 1996 ein leichter Rückgang abzeichnete. (siehe Abbildung 2)

Abbildung 2: Veränderung des Hörfunkangebots von 1987 bis 1996

Jahr	Anzahl erhobener Sender und Programme
1987	44
1988	48
1989	140
1990	163
1991	180
1992	188
1993	227
1994	237
1995	245
1996	226



Quelle: Keller & Klingler, 1996, S. 442

Diese Veränderung machte sich natürlich bei der Nutzung dieser Angebote deutlich bemerkbar, denn die Hördauer eines durchschnittlichen Bundesbürgers stieg von 146 Minuten (1987) um 23 Minuten auf 169 Minuten (1996). Das bedeutet, 1996 nutzten die Deutschen täglich schon fast drei Stunden das Radio, während sie vor zehn Jahren nur etwa zwei Stunden und 30 Minuten hörten. Die Tagesreichweite hingegen änderte sich nur geringfügig von 78% Hörer pro Tag auf 80% Hörer pro Tag. (siehe Abbildung 3)

Abbildung 3: Hörfunknutzung von allen deutschen Bundesbürgern von 1987 bis 1996\*

<b>Jahr</b>	<b>Hörer pro Tag in %</b>	<b>Hördauer in Minuten</b>
1987	78	146
1988	78	156
1989	79	154
1990	80	156
1991	81	162
1992	82	169
1993	82	169
1994	81	168
1995	80	167
1996	80	169

*Quelle: Keller & Klingler, 1996, S. 442*

\* Personen ab 14 Jahre; Zeitraum: Montag bis Sonntag

Aus dieser Übersicht kann man unter anderem auch erkennen, daß 80 Prozent aller Bundesdeutschen 1996 an einem durchschnittlichen Wochentag von Montag bis Sonntag zumindest kurz Radio gehört haben. Dabei wurden alle deutschen Bürger ab 14 Jahre berücksichtigt (vgl. Keller & Klingler, 1996, S. 441 - 443). Aber wie sieht es denn nun konkret bei Kindern und Jugendlichen mit der Hörfunknutzung aus?

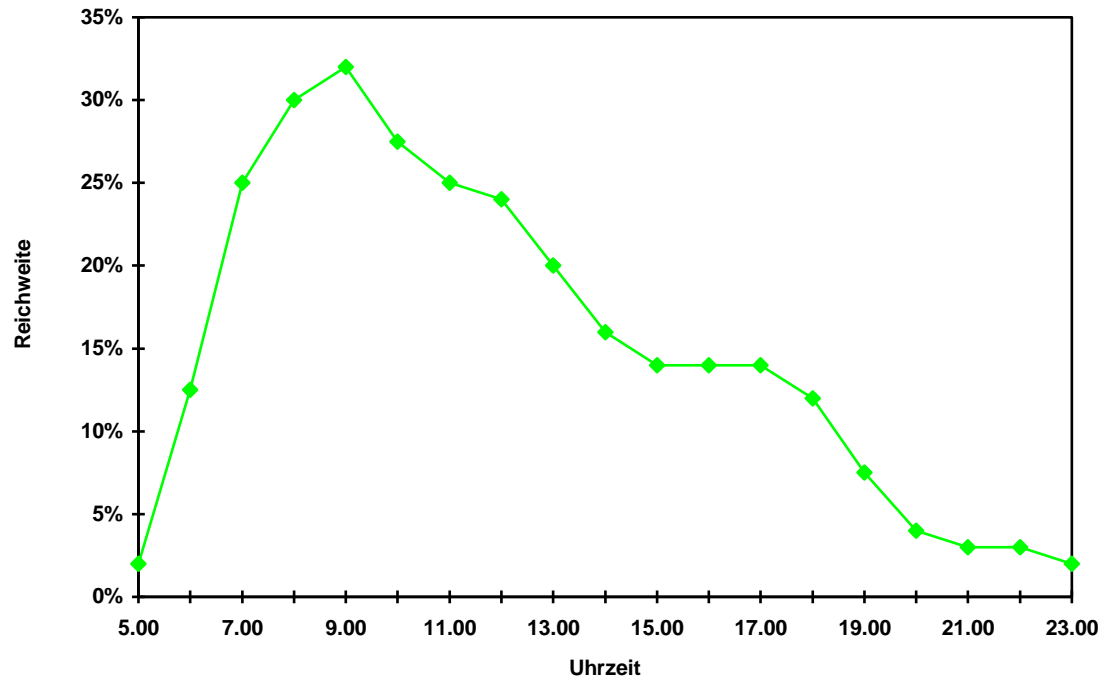
Bei Kindern von 6 - 13 Jahren aus Westdeutschland lag 1990 die Hördauer an einem durchschnittlichen Werktag bei 18 Minuten. In Ostdeutschland hingegen hörten die Kinder fast doppelt so lange: nämlich 33 Minuten.

Mit zunehmendem Alter nehmen Hörfrequenz und -dauer zu. Jugendliche im Alter von 14 - 19 Jahren in den alten Bundesländern hörten 1990 etwa 142 Minuten Radio. Das entspricht schon fast 2 Stunden und 30 Minuten. Zum Vergleich verbrachten Jugendliche in dem Alter etwa 2 Stunden und 5 Minuten mit Fernsehen und gar nur 16 Minuten mit dem Lesen der Tageszeitung (vgl. Schönbach, 1993, S. 234).



Die sehr viel stärkere Zuwendung der deutschen Jugendlichen zum Fernsehen ließ die Tageskurve ihrer Hörfunknutzung nicht unbeeinflusst. (siehe Abbildung 4)

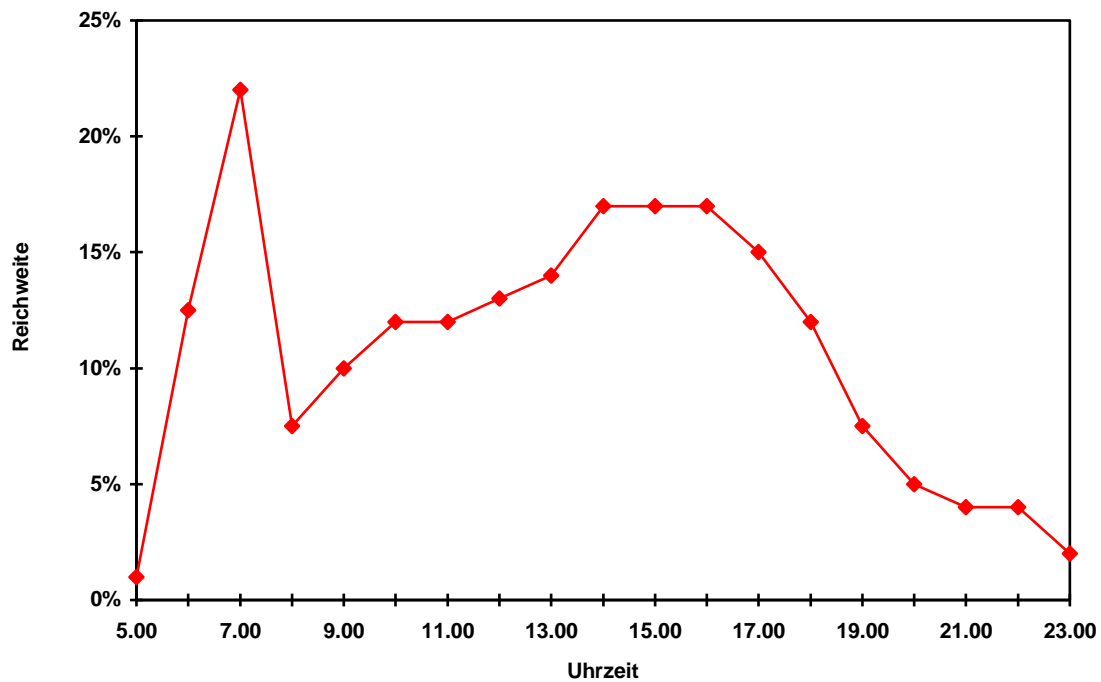
Abbildung 4: Hörfunknutzung der 14 - 19jährigen im Tagesverlauf



*Quelle: Keller & Klingler, 1996, S. 449*

Sie sank in der Zeit zwischen 18 und 21 Uhr deutlich ab. Auch der Nutzungsgipfel zwischen 6.30 und 7.30 Uhr am Morgen ging deshalb ebenfalls zurück. Ausgedehnt haben die Jugendlichen ihre Hörfunknutzung allerdings über den Vormittag und auch am Nachmittag zwischen 14 und 16 Uhr (vgl. Keller & Klingler, 1996, S. 448/ 449). Im Vergleich dazu kann man die Hörfunknutzung der gesamten deutschen Bevölkerung betrachten, die einige Unterschiede deutlich macht. (siehe Abbildung 5)

Abbildung 5: Hörfunknutzung der gesamten deutschen Bevölkerung im Tagesverlauf



*Quelle: Keller & Klingler, 1996, S. 449*

Die Präferenz für das Radio schlägt sich bei Jugendlichen nicht in seiner Glaubwürdigkeit oder in der wahrgenommenen Objektivität nieder. Dieser Aspekt wirkt weniger überraschend, wenn man die Vorlieben der Jugendlichen für die einzelnen Sendeformen kennt. Für junge Leute spielen nämlich diejenigen Angebote, die sinnvollerweise überhaupt glaubwürdig oder objektiv sein könnten, überhaupt keine Rolle:

Kinder zwischen vier und 14 Jahren präferieren in erster Linie Musiksendungen. An zweiter Stelle folgen Märchen und Geschichten. Auch alle anderen Sendeformen, einschließlich sogenannter „Jugendmagazine“ oder Sportsendungen, spielen nicht annähernd so eine bedeutende Rolle wie die Musik. Politische Informationen, meist in Form von Wortprogrammen, sind für Kinder und Jugendliche nur von geringem Interesse. Aber: Wenn sie derartige Informationen überhaupt zur Kenntnis nehmen, stammen sie vornehmlich aus dem Radio (52%). Im Vergleich dazu informieren sich junge Leute zu 42 Prozent aus dem Fernsehen und gar nur zu 29 Prozent aus der Tageszeitung (vgl. Berg & Kiefer, 1992, S. 345).

## 2. Radiohören als „Nebenbei“-Tätigkeit

Das Radio wird nicht immer nur zum Hören bestimmter Sendungen benutzt, sondern häufig dient es auch als Hintergrundberieselung. Dieser bekannte Grund veranlaßte Keller & Klingler, in der Media Analyse 1996 einmal gezielt zu untersuchen, was das Publikum beim Radiohören am häufigsten tut. Die Ergebnisse sind wenig erstaunlich:

Abbildung 6: Radiohören bei anderen Tätigkeiten\*

Radiohören und ...	Hörer gestern in %	Hördauer in Minuten
Essen	59,2	29
Arbeit im Haus	40,3	51
Arbeit außer Haus	7,5	21
Autofahren	26,9	19
Freizeitaktivitäten	33,8	37
im Haus gesamt	70,3	121
außer Haus gesamt	33,7	45

Quelle: Keller & Klingler, 1996, S. 445

\* Personen ab 14 Jahre; Zeitraum: Montag bis Sonntag

Am häufigsten, nämlich rund 59 Prozent aller Bundesdeutschen, hörten im Laufe des Tages während des Essens Radio. Dies dauerte dann wenigstens eine Viertelstunde. Arbeiten im Haus verrichteten beim Radiohören fast 40 Prozent. Bei 34 Prozent wurde das Radiohören von einer Freizeitbeschäftigung begleitet. Reichlich 27 Prozent hörten Radio begleitend zum Autofahren und 8 Prozent nutzten den Hörfunk bei der Arbeit außer Haus.

Gemessen an der Hördauer kommt allerdings der Arbeit im Haus die größte Bedeutung zu. Es entfallen 51 Minuten auf diese Kombination. An zweiter Stelle folgte das Radiohören neben Freizeitaktivitäten mit 37 Minuten. Auf die Kombination Radiohören - Essen entfielen immerhin fast eine halbe Stunde. Die Schlußlichter bilden mit 21 Minuten das Radiohören bei der Arbeit außer Haus und das Radiohören im Auto mit 19 Minuten (vgl. Keller & Klingler, 1996, S. 444/ 445).

## Teil C: Tonträger, insbesondere Hörkassetten

## 1. Angebot und Nutzung von Tonträgern

Die Phonoindustrie lieferte bereits im 1. Halbjahr 1992 fast 50 Millionen CD's , beinahe 25 Millionen Musikkassetten und mehr als 2,5 Millionen Langspielplatten an den Handel. Davon waren aber über 90 Prozent aus der Sparte „Popmusik“.

Auch Audio-Kassetten mit Märchen, Geschichten und Hörspielen sind allem Anschein nach (genaue Zahlen fehlen leider) in großer Fülle enthalten:

Ende der 70er Jahre sollen es circa 2000 verschiedene Titel gewesen sein. Reus nennt 1989 eine Zahl von 25 Millionen verkauften Kinderkassetten in Westdeutschland. Damals erwarben 6 - 13jährige im Durchschnitt sechs solcher Kassetten pro Jahr.

Die Verbreitungsmittel auditiver Inhalte sind praktisch in allen Haushalten zu finden. Ältere Kinder und Jugendliche besitzen sie sogar vielfach selbst. Lukesch fand 1989 bei 13 - 16jährigen folgendes heraus:

- einen eigenen Walkman besaßen schon 68 Prozent
- einen Radiorecorder hatten fast gleich so viele: 66 Prozent
- eine Radio nannten 60 Prozent ihr Eigen
- genau so viele (ebenfalls 60 Prozent) hatten einen Kassettenrecorder
- ein eigener Plattenspieler stand 39 Prozent der Jugendlichen zur Verfügung.

Im Vergleich zu früher hat die Zahl eigener Audiogeräte rasant zugenommen, wie viele Untersuchungen beweisen. Offensichtlich nimmt die Selbstbestimmung im auditiven Bereich des Medienkonsums einen immer höheren Stellenwert bei den Jugendlichen ein.

Kinder und Jugendliche sind bei der Nutzung von Tonträgern öfter allein als bei anderen Formen der Mediennutzung. Vor allem Erwachsene hören seltener mit.

Die Hördauer bei 6 - 13jährigen Kindern in Deutschland betrug 1990 pro durchschnittlichem Werktag etwa 17 Minuten. Für Kinder in diesem Alter spielen erzählende Kassetten, aber auch Kassetten mit Musik eine große Rolle.

Ältere Kinder und Jugendliche hören insgesamt deutlich mehr: Die verschiedenen Untersuchungsergebnisse erstrecken sich bei 14 - 19jährigen von nur 20 Minuten bis zu einer Stunde und 25 Minuten pro Tag für das Hören von Schallplatten, Kassetten und CD's. Dabei liegen Pop und Rock in der Beliebtheit mit weitem Abstand vor Jazz und Country. Auch zwischen den Geschlechtern gibt es ganz eindeutig Unterschiede im Musikgeschmack. Die Hörgewohnheiten unterscheiden sich ebenfalls nach Geschlechtern: Mädchen hören offenbar etwas länger als Jungen. Wahrscheinlich sind den Mädchen die auditiven Medien auch wichtiger als den Jungen. Allerdings kaufen oder sammeln Mädchen deutlich weniger Tonträger als Jungen. Popmusik wird von Mädchen zwar extensiver, aber stärker instrumentell, weniger selbstzweckhaft und seltener mit ungeteilter Aufmerksamkeit genutzt als von Jungen (vgl. Schönbach, 1996, S. 233; 235/ 236).

## 2. Besonderer Stellenwert von Hörkassetten bei Kindern

„Hörmedien sind unterschätzte Medien. Hörmedien sind für *junge Leute* besonders wichtig. In bestimmten Phasen ihrer Entwicklung ... hören Kinder und Jugendliche länger ... Schallplatten, Kassetten und CD's, als sie beispielsweise fernsehen“  
(s. Schönbach, 1993, S. 232).

Abbildung 7: Häufigkeit der täglichen Mediennutzung bei 6 - 13jährigen

Fernsehen	77%
Schallplatten, Kassetten, CD's hören	46%
Radio hören	42%
Bücher lesen (außer Schulbüchern)	32%
Zeitschrift lesen	7%
Zeitung lesen	7%

*Quelle: Klingler & Groebel, 1991, S. 639*

Während das Radio bei Heranwachsenden ein Medium ist, das für Musik und Entspannung steht, dominieren bei jüngeren Kindern das Hörspiel beziehungsweise jene Kassetten, die der Unterhaltung und Ablenkung dienen. Erst mit zunehmendem Alter (etwa mit dem 9. Lebensjahr) gewinnen Kassetten mit Popmusik mehr an Bedeutung.

Ein „statistisches Durchschnittskind“ hört pro Tag etwa 19 Minuten seine Kassetten. Und der Schwerpunkt der Kassettennutzung liegt zwischen 12.20 Uhr und 21.00 Uhr.

Kinder treten erstaunlicherweise schon sehr früh mit Hörkassetten in Kontakt: Etwa mit dem 3. Lebensjahr setzt Versorgung mit Hörkassetten ein und etwa 70% aller 4jährigen besitzen bereits einen eigenen Kassettenrecorder. Es sind die Eltern, insbesondere die Mütter, die ihren Kindern die Recorder und die entsprechenden Kassetten kaufen. Hörkassetten sind kleine, meist billige und schnell zu erwerbende Geschenke. Sie dienen den Eltern auch als „Bestechung“, um fehlende Zeit und Zuwendung für ihr Kind kompensieren zu können (vgl. Rogge, 1995, S. 31).

## 3. Vorlieben beim Hören von Kassetten

Kinder haben ganz andere Vorlieben als Erwachsene. Denn Kinder haben Wahrnehmungsbesonderheiten, die dem Hören einen sehr wichtigen Stellenwert unter den Sinnestätigkeiten zuweisen. Deshalb haben Hörkassetten im Alltag von Heranwachsenden eine nicht zu unterschätzende Bedeutung.

Bei einer näheren Betrachtung der kindlichen Vorlieben bei Hörkassetten fallen geschlechtsgebundene Tendenzen auf:

- Mädchen bevorzugen:
  - „Funnies“
  - Märchen
  - literarische Vorlagen.
- Jungen hören dagegen lieber:
  - Action
  - Krimis
  - Abenteuer.

Hier setzt sich ein Trend fort, der auch von den Genre-Vorlieben bei Fernsehserien bekannt ist. Es wäre allerdings einfach, den Erfolg von Hörkassetten ausschließlich auf multimediale Effekte zurückzuführen. Betrachtet man die thematischen und dramaturgischen Strukturen von Kassetten, die in der Gunst ganz oben stehen, fallen folgende Gesichtspunkte auf:

- 1.) Es herrscht eine geradlinige Handlung vor, die von Action und Betriebsamkeit geprägt ist und auf ein Happy-End hinausläuft.
- 2.) Die Hauptfiguren sind durch überzogene Stimmen schnell identifizierbar und durch ihren Stimmklang als „gut“ oder „böse“ bestimmbar.
- 3.) Die Helden und Heldinnen sind meistens stark und allmächtig. Nachdenklichkeit und Reflexion sind ihnen fremd.

Hörkassetten arbeiten mit kindlichen Wünschen und Phantasien. Sie besetzen offenbar mit ihrer Dramaturgie und ihren Themen jene gefühlsmäßige Leere, die vielen Kindern im Alltag entgegenschlägt. Wahrscheinlich weisen Kinder deswegen dem Besitz von (Lieblings-) Hörkassetten eine große Bedeutung zu. Es besteht ganz offensichtlich eine gefühlsmäßige Beziehung zwischen dem Thema einer Hörkassette und dem inneren Thema eines Kindes. Die Beziehung gründet auf Verlässlichkeit, Wiederholung und damit einhergehender ständiger Verfügbarkeit (vgl. Rogge, 1995, S. 31/ 32).

#### **4. Hören als emotionales Erlebnis**

„Hören ist eine wichtige Erfahrung in einer Welt, in der das Auge dominiert“  
(s. Rogge, 1995, S. 32).

Bei Kindern nimmt das Hören einen bedeutsamen Teil in der sinnlichen und der Welt-Erfahrung ein. Insbesondere jüngere Kinder messen dem Hören eine große Bedeutung zu. Da der Sehsinn noch nicht so gut ausgeprägt ist, dominieren Geruchs-, Tast- und Hörsinn. Das sind Sinne, die eine ganzheitliche Erfahrung zulassen.

Aber es zeichnet sich noch eine weitere Besonderheit in der kindlichen Wahrnehmung ab: Kinder hören nicht allein über das Ohr. Sie nehmen Töne auch über die Haut und den Knochenbau wahr. Kinder hören sozusagen mit „Haut und Haaren“. Auch deshalb weisen Kinder dem ständigen Besitz von Lieblingskassetten eine große Bedeutung zu.

Hören ist für Kinder ein packendes, gefühlsbetontes Erlebnis. Kinder erfassen den Sinn einer Handlung auf besondere Weise, die vor allem mit den kindlichen Entwicklungs- und Wahrnehmungsbesonderheiten zusammenhängt.

Kinder können erst ab etwa dem zehnten Lebensjahr Handlungen in einer zeitlich-logischen Reihenfolge wiedergeben. Sie sind in der Lage, zu interpretieren und zu deuten und, wenn es ihr Abstraktionsvermögen zuläßt, Bezüge zwischen den Szenen herzustellen. Wenn jüngere Kinder (zwischen drei und sechs Jahren) nur Details einer Handlung erzählen, so heißt das nicht, daß sie die Handlung nicht verstanden haben. Jüngere Kinder haben lediglich eine perspektivische Wahrnehmung. Das bedeutet, sie nehmen nur jene Teile einer Handlung wahr, die für sie besonders wichtig sind. Auf diese Weise können Kinder Teile einer Handlung, die für sie unwichtig sind, einfach überhören. Währenddessen Szenen, die für sie eine besondere Relevanz haben, ständig erzählt und wiederholt angehört werden. Das kann Eltern darauf hinweisen, welche inneren Themen ihr Kind gerade verarbeitet.

Was und wie ein Kind Hörkassetten nutzt, hängt ab von :

- 1.) Räumlichen, zeitlichen und situativen Rahmenbedingungen
- 2.) Medienerfahrungen des Kindes
- 3.) Psychosoziale Lage des Kindes.

Aus der Art und Weise, wie ein Kind mit Hörkassetten umgeht, können die Eltern Rückschlüsse auf seine momentane Befindlichkeit ziehen.

Um Kassetten im Alltag pädagogisch sinnvoll einzusetzen, sollte es in erster Linie darum gehen, die Kinder phantasie- und humorvoll zu unterhalten, um ihre Bedürfnisse nach Spannung und Entspannung einzulösen. Denn spannende Kassetten werden nicht nur gehört, nein, sie werden regelrecht „erlebt“. Das Kind zittert um den Helden, wenn er sich in Gefahr befindet und weiß gleichzeitig um das Happy-End. Spannung bedeutet Nervenkitzel und ist stets mit Entspannung verbunden. Das wird von Kindern als besonders angenehm empfunden. Aber Spannungszustände werden nicht bloß über die Inhalte abgebaut, sondern auch über die Verwendung von Geräuschen und dem Einsatz von Musik erzeugt  
(vgl. Rogge, 1995, S. 32/ 33).

## **5. Vielhören - ein Problem?**

Wie jedes Medium - egal ob es ein Buch, ein Video, ein Computer, ein Fernseher oder etwas anderes ist - kann auch die Hörkassette für einzelne Kinder zum Problem werden. Problematisch wird es dann, wenn das Hören mit sozialer Isolation und Ersatz für Kommunikation verbunden ist. Genauer gesagt, gefährlich für das Kind wird es, wenn das Hören einen Realitätsverlust erzeugt.

In einigen Veröffentlichungen wurden zeitliche Kriterien zwischen 45 und 60 Minuten für das Vielhören bei Kindern genannt. Aber diese Zahlen sind relativ willkürlich gewählt worden. Auch das Allein-Hören oder der Verzicht von Kindern, Erwachsenen über ihre Kassettenerlebnisse zu erzählen, ist in dieser Form kein Kriterium für soziale Einsamkeit und eskapistisches Verhalten. Denn Vielhören als Problem kann nicht nur quantitativ betrachtet werden, sondern es muß qualitativ bestimmt werden. Als Faustregel könnte man es so formulieren:

Wenn sich ein Kind in einer bestimmten Entwicklungsphase mehrmals täglich für 15 Minuten mit seiner Lieblingskassette zurückzieht, aber über viele Freizeitaktivitäten, Freunde und Kommunikationsmöglichkeiten verfügt, dann hört dieses Kind zwar viel, aber nicht zuviel. Es ist noch kein Problem, weil das Kind während diesem Rückzug sein inneres Thema selbst bestimmt und eingebunden in einem Ritual erarbeitet.

Wenn ein Kind allerdings regelmäßig aus Langeweile, Gesprächsarmut oder gefühlsmäßiger Leere vor den Kassettenrecorder flüchtet, dann kann das ein Hilferuf des Kindes sein, mit dem es auf seine unbefriedigte Lage aufmerksam machen will.

Wer nur das Hören von allem anderen isoliert betrachtet, wird das Problem des Vielhörens nicht entdecken können. Dazu ist es vielmehr notwendig, das einzelne Kind in seiner gesamten Befindlichkeit zu betrachten. Denn Vielhören ist kein Problem einer statistischen Durchschnittsgröße, sondern ein vielhörendes Kind ist zuerst ein menschliches Problem und auch als solches anzusehen (vgl. Rogge, 1995, S. 33/ 34).

## **Schlußbemerkung**



Kinder wachsen heute in einer zum großen Teil elektronischen Umwelt auf, in der die Massenmedien des 20. Jahrhunderts (Fernsehen, Hörfunk und Tonträger) in fast allen Haushalten vorhanden sind. Dazu kommen vielfach Personalcomputer und Computerspielzeug. Veränderungen in diesem Medienset, zu dem natürlich auch die Printmedien zählen, gibt es zur Zeit nur noch durch Ausdifferenzierungsprozesse (z.B. spezifischere Zielgruppenansprache im Hörfunk, Spartenkanäle im Fernsehen usw.).

Diese Arbeit konzentrierte sich allerdings auf die Bedeutung von Hörmedien im Hinblick auf Kinder und Jugendliche. Zum einen ging es allgemein um die Funktionen und Wirkungen dieses Medienbereichs. Zum anderen beschäftigten sich die nachfolgenden Teile genauer mit den dazugehörigen Medien - Hörfunk und Tonträgern. Hierbei interessierten besonders die Nutzungsmöglichkeiten und Gewohnheiten von Kindern beim Hören der einzelnen auditiven Medien. Desweiteren beschäftigte sich diese Arbeit auch mit der Frage, wann das Hören für Kinder problematisch werden kann.

Zum Teil bietet diese Arbeit, die größtenteils auf neueren Forschungsergebnissen beruht, sehr interessante Einblicke in die kindliche Erfahrungswelt. Es wird beispielsweise schnell klar, warum das Hören für Kinder ein sehr bestimmendes Erlebnis darstellt. Aber auch andere Ergebnisse waren mir bis dato unbekannt. Zum Beispiel stellte sich zu meiner Überraschung heraus, daß in manchen Entwicklungsabschnitten die auditiven Medien für Heranwachsende viel wichtiger als andere Medien (z.B. Fernsehen) sind.

Da auf dem Gebiet der Hörmedien bisher wenig Forschung betrieben wurde, gibt es leider auch nur sehr wenige Ergebnisse, die meist sehr vorsichtig formuliert sind (man kennt die Kausalrichtung noch nicht, aber man vermutet...). Die meisten Forscher untersuchen in erster Linie die Bedeutung und Auswirkung des Mediums Fernsehen, weil sie von diesem Medium zum Teil beeinträchtigende Wirkungen erwarten. Während sie vielleicht bei auditiven Medien davon ausgehen, daß sie Kinder weniger nachteilig beeinflussen. Es könnte aber auch daran liegen, daß das Hörmedium nur als „Alltagsbegleiter“ und nicht als „Störquelle“ angesehen wird. Welche Gründe es auch immer für die Vernachlässigung der Hörmedien gegeben haben mag, heutzutage verlangen viele nach verlässlichen und aussagekräftigen Forschungsergebnissen. Aus den bisher bekannten Resultaten kann man Eltern und Erziehern nur sehr vorsichtig einen sinnvollen medienpädagogischen Umgang mit Hörmedien empfehlen.