

*Impulsreferat für die Fachtagung „Kinderradio im Bürgerfunk“
des Bundesverbandes Offene Kanäle e.V., der Niedersächsischen Landesmedienanstalt
und der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur
am 21. und 22. Mai 2004 in Hildesheim*

Förderung von Medienkompetenz durch Kinderradio - Kinderradio im Bürgerfunk

Von Horst Heidtmann

Brauchen Kinder Radio?

Nach Durchsicht neuerer empirischer Erhebungen zum Medienverhalten von Kindern lässt sich diese Frage zunächst nicht mit einem eindeutigen „Ja“ beantworten. Die kürzlich vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest vorgelegte „KIM-Studie 2003“, die die Mediennutzung von 6- bis 13-Jährigen untersucht hat, belegt einmal mehr die Dominanz des Fernsehens. 98% der Befragten nutzen täglich oder in der Regel mehrmals in der Woche das Fernsehen. Selbst wenn das Fernsehen in der Rangfolge der beliebtesten Freizeittätigkeiten erst auf Platz drei liegt (nach Freunde treffen und draußen spielen), so hat es nach wie vor den höchsten Stellenwert im Medienalltag von Kindern. Für drei Viertel der 6- bis 13-Jährigen ist Fernsehen das Medium, auf das sie am wenigsten verzichten können; aber nur für drei Prozent der Kinder ist das Radio unverzichtbar.

Gleichwohl sind die auditiven Medien aus dem Kinderalltag nicht verschwunden, in Form von Hörspiel- und Hörbuchkassetten gehören sie bei den jüngeren, als Musikträger bei den älteren Kindern immer noch zu den drei beliebtesten Freizeitmedien. Die Kindertonträgerproduzenten haben in den vergangenen Jahren für immer jüngere Nutzergruppen produziert, seien es „Babys erste Hörerlebnisse“ oder gar Angebote für die pränatale Phase. Nach den „Teletubbies“ im öffentlich-rechtlichen Fernsehen wenden sich private Sender seit einiger Zeit zielgerichtet mit „Tweenies“, „Twinkles“ oder knallbunten „Jellabies“ an die Allerkleinsten. Auch die Kinderbuch- und Zeitschriftenverlage sind dabei ihre Angebote altersmäßig nach unten für Klein- und Kleinstkinder zu arrondieren. Nur im Hörfunkbereich bleiben die Angebote für junge Nutzer beschränkt, in einzelnen Regionen der BRD wird zwar über Tag hier und da einiges für unterschiedliche Altersgruppen geboten, von privater Seite allerdings erheblicher seltener als von öffentlichen Anstalten.

Das war vor wenigen Jahrzehnten noch deutlich anders. Über die Hälfte aller deutschen Kinder unter 14 Jahren hörte in den 1950er Jahren und bis in die 1960er fast täglich Kindersendungen. Für viele Kinder wurde der Tagesablauf von den für sie bestimmten Hörfunkprogrammen mit strukturiert. Über viele Jahre war der Rundfunk für Kinder unter sechs Jahren das einzige Nonprint-Medium, das ihnen kontinuierlich Programme bot. Fast alle Sender der ARD strahlten täglich intentionale Kindersendungen aus. „Gute-Nacht-Lied-Onkel“ und Rundfunkanten waren über Jahre vertraute Begleiter. Hörfunkprogramme waren über Jahrzehnte ein zentrales Kindheitsmedium, und daneben gleichzeitig Vermittlungsinstanzen für Kunst, Bildung und Unterhaltung. Lesungen und Hörspiele boten Märchenstoffe, ebenso wie die zeitgenössische Kinderliteratur. Schulfunkprogramme lieferten an jedem Wochentag vor- wie nachmittags unterhaltsam aufbereitete Informationen für unterschiedliche Schulaltersstufen, aus Technik, Naturwissenschaften und Geographie, für den Sprach- wie für den Gemeinschaftskundeunterricht.

Mit zunehmender Verbreitung des Fernsehens in den 1960er Jahren übernahm dieses mehr und mehr bisherige Funktionen des Funks, den Nachtgruß für die Kleinsten brachten das „Schweinchen Dick“ oder der Taucher „Mike Nelson“. Der Hörfunk hatte dann viele Jahre als „Dampfradio“ das Image eines nicht mehr zeitgemäßen Mediums. Diskussionen über neue Erziehungskonzepte, über emanzipatorische Pädagogik veränderten nach 1970 zwar das Kinderfernsehen, wirkten aber nur sehr begrenzt auf den Kinderfunk.

Als im Verlauf der 1980er Jahre im gesamten Bundesgebiet immer mehr kommerzielle Rundfunkgesellschaften den ARD-Anstalten Teile der Hörerschaft abnahmen, stellten die Öffentlich-Rechtlichen ihre Angebote um, reduzierten immer mehr Programmschienen auf einen durchgängigen Musikteppich, um ein breites Publikum anzusprechen. Wortprogramme wurden gestrichen oder in sehr kurze Informationseinheiten zerlegt. Kinderfunksendungen wurden gestrichen oder müssen, auf ungünstigen Sendepätzen überleben. Mit der Neustrukturierung der ostdeutschen Hörfunklandschaft haben auch dort die Produktionen für Kinder stark an Bedeutung eingebüßt. Intentionale Kinderprogramme erreichen heute nur noch einen Anteil von weniger als einem Prozent am Gesamtprogramm. Die privaten Funkanbieter verzichten oft vollständig auf Kindersendungen oder bringen in sonntäglichen Morgenmagazinen gelegentlich Hinweise auf Kinderbücher oder -veranstaltungen. Lediglich im Bürgerfunk leisten man sich häufiger den „Luxus“ von spezifischen Kinderprogrammen oder im Einzelfall gar eine eigene Redaktion mit Kinderbeteiligung.

Eine qualitative Untersuchung zur Nutzung der aktuell vorhandenen Rundfunkprogramme durch Kinder ist im Jahre 2000 im Auftrag der Niedersächsischen Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk erstellt worden (Ingrid Paus-Haase u.a., 2000). Demnach wird das Radio eher zufällig genutzt: 77 Prozent der Kinder schalten ein und hören, „was gerade kommt“. Bevorzugt hören Kinder nebenbei, im Auto, beim Frühstück und bei anderen Mahlzeiten, zum Wecken, beim Spielen oder bei den Hausaufgaben. „Vor allem Vorschulkinder...hören nie Radio“, während von den 11- bis 13-Jährigen 31 Prozent „gezielt das Radio einschalten...Als Gründe für das Radiohören ihrer Kinder geben...Eltern an erster Stelle die Musiksendungen an, an zweiter Stelle den Spaß dabei und an dritter Stelle die Gewohnheit an.“ Das Radio wird typischer Weise als „Nebenbeimedium“ verwendet. Viele Kinder nutzen Hörfunkprogramme - wie Tonkassetten - zur Entspannung und zum Stressabbau. Ältere Kinder schätzen das Radio zudem als Medium, das über aktuelle Musikrends informiert.

Die intentionalen Kinderfunkprogramme sind der Mehrheit der Zielgruppe allerdings nicht bekannt, nur etwa 10 Prozent aller Kinder kennen Kindersendungen und kaum mehr als 5 Prozent hören diese gelegentlich oder häufiger. Die Lieblingshörfunksendungen der meisten Kinder sind gegenwärtig Musik-, Magazin- oder Comedy-Formate aus den Mainstreamprogrammen.

Warum wäre mehr Kinderradio wünschenswert?

Kinder nutzen in der Regel alle vorhandenen Medien, jeweils situationsbezogen, abhängig von individuellen Bedürfnissen, aber auch von der psychischen und kognitiven Entwicklung. Gerade für jüngere Kinder wäre aus entwicklungspsychologischer sowie aus bildungspolitischer Sicht ein eigenes, nichtkommerzielles Rundfunkprogramm besonders wünschenswert.

Wir wissen, dass der Mensch Informationen nicht nur über das Auge, sondern auch über andere Sinnesorgane, vor allem durch das Ohr aufnimmt. Gerade bei jüngeren Kindern dominiert bei der Wahrnehmung der Umwelt noch nicht der Sehsinn. Vor der Geburt ist das Ohr das erste Sinnesorgan, das sich beim Embryo im Mutterleib nach etwa drei Wochen zu entwickeln beginnt. Nach sechs Monaten ist die Ausbildung des Ohrs dann abgeschlossen. Das Kind nimmt also schon lange vor seiner Geburt Geräusche wahr, vor allem Blutrauschen, Herzschlag und Atmung der Mutter („Womb Sounds“). Die Wahrnehmung von Kleinkindern wird bis zum dritten Lebensjahr auch stark vom Tastsinn, durch Anfassen und Fühlen bestimmt, auch der Hörsinn bleibt für sie lange Zeit viel wichtiger als für die Erwachsenen. Zum Erkunden und Wahrnehmen der Umwelt brauchen Kinder die Weiterentwicklung ihres Hörsinns. Bis ins Grundschulalter hinein haben Kinder eine besondere Freude am Entdecken von Klängen, Tönen, Geräuschen.

Insgesamt erfolgt - beim erwachsenen Menschen - etwa ein Drittel der Wahrnehmung durch das Hören. Der Hörsinn ist ein besonderer, von anderen Empfindungen, Wahrnehmungen

deutlich unterschiedener Sinn. Er kann nicht - wie z.B. der Sehsinn - willkürlich verschlossen, abgeschaltet werden. Im Labyrinth des Innenohrs ist zudem das menschliche Raumempfinden angesiedelt, das ständig präsent zu sein hat. Dort „liegen Schneck und Vestibularapparat, unsere Schaltstelle für räumliche Koordination, Orientierung und Gleichgewicht.“ (Musik, Magie und Medizin - Hören und Zuhören, 2004, S. 2) Alle unsere Sinne schalten sich während des Schlafes ab. Das Ohr aber lässt sich nicht abschalten, es ist immer wach, auch bei Kindern.

Während das Auge ein primär nach außen gerichteter Sinn ist und wir mit unseren Augen vor allem den äußeren Menschen wahrnehmen, verhält es sich mit dem Ohr eher umgekehrt. Durch das Ohr dringt die Außenwelt in uns. Für die Kommunikation, für die sozialen Beziehungen zwischen Menschen ist der Hörsinn wichtiger als der Sehsinn, denn über die gesprochene Sprache realisieren sich am stärksten kommunikative Kompetenzen. Aus der Entwicklungspsychologie wissen wir, dass für die Kommunikation zwischen Kindern und Erwachsenen „schon vom ersten Lebenstag...Hör- und Sprechreize...als notwendige Entwicklungsanregungen erforderlich“ sind. (Ulrich Diekmeyer, 1998, S. 259)

Nicht nur für die kognitive, sondern für die ganzheitliche Entwicklung von Kindern ist daher die Förderung und Ausdifferenzierung der Hörfähigkeit von Bedeutung. Kinder müssen lernen, Töne und Geräusche zu erkennen und zuzuordnen. Sie müssen lernen, ähnlich klingende Wörter in ihrer Bedeutung zu unterscheiden, durch das Hören des Lautbildes wie aus dem Bedeutungskontext heraus, also z.B. die Unterscheidung von Rose und Hose, Hase und Nase. Sich den Sinn gehörter Wörter, gesprochener Sprache erschließen zu können, ist außerdem eine gewichtige Voraussetzung für die spätere Entwicklung von Lesekompetenz, für die Fähigkeit zum sinnerschließenden Lesen.

Die Spezifik des Hörsinns basiert auf besonderen physikalischen und physiologischen Bedingungen. Töne sind Schallwellen, die mit bestimmter Frequenz schwingen. Das menschliche Ohr macht Töne hörbar, die bei tiefen Frequenzen von etwa 20 Hertz beginnen und bei jungen Menschen ein Spektrum bis zu hohen Tönen von etwa 20.000 Hertz umfassen (bei älteren Menschen nur noch bis 15.000 Hertz oder darunter). Darüber liegende höhere Töne bleiben unhörbar, bei der Wahrnehmung sehr tiefer Töne verschmilzt der Hörsinn mit dem Tastsinn. Besonders gut werden vom Ohr die Frequenzen übertragen, die für das Sprachverständnis bedeutsam sind, nämlich der Frequenzbereich zwischen 350 und 3.500 Hertz.

Um Töne über das menschliche Ohr wahrzunehmen, müssen diese zumindest eine über Null Dezibel liegende Lautstärke aufweisen; spätestens bei einer Lautstärke von 130 Dezibel geht das menschliche Lautempfinden in Schmerz über. Leise Töne erfordern mehr Konzentration vom Hörer. Laute Töne, Stimmen benötigen weniger Aufmerksamkeit. Angenehmer als gleichbleibende Tonhöhe und Lautstärke empfindet das menschliche Ohr den - nicht zu raschen, nicht zu krassen - Wechsel akustischer Reize, von laut und leise, von hoch und tief.

Bei auditiven Darbietungen (durch Rundfunk wie auf Tonträgern), die den Rezipienten ohne visuelle Ergänzung, ohne Bilder erreichen sollen, wird dieser einestheils veranlaßt, sich in besonderer Weise auf das gesprochene Wort oder die Musik zu konzentrieren. Gleichzeitig eröffnet jedoch die Beschränkung auf den Hörsinn besonderen Raum für Assoziationen, für eigene Bilder im Kopfe des Hörers.

Erzählungen, Lesungen oder Hörspiele übermitteln ihre Botschaften durch gesprochene Sprache. Und Sprache bildet sich ihrerseits aus einzelnen Worten. Ein Wort ist mehr als eine Komposition von Buchstaben, die vorgegebenen Konventionen folgt; es ist mehr als eine Bezeichnung für etwas (Reales wie Abstraktes), Wörter sind also mehr als die Träger von Bedeutung. Phoneme, also die bedeutungstragenden Lauteinheiten, werden als akustische Reize wahrgenommen, in Form von Schallwellen vom

Innenohr aufgenommen und in elektrische Signale umgeformt, die im Hirn dann als Informationen abgespeichert werden. Diese Signale können zudem über das limbische System, ein zentrales Steuerungssystem im Gehirn, Emotionen beeinflussen. Das gesprochene Wort ist immer auch Klang oder Lautmalerei, vermag nicht nur Ideen-, sondern auch Gefühlsassoziationen auszulösen. Gesprochenes wirkt somit gleichzeitig auf Verstand und Gefühl.

Das Hören spricht insgesamt stärker Gefühle an, wirkt auf Kinder noch gefühlsbetonter und intensiver als das Sehen. Beim Zuhören werden gleichzeitig sprachliche wie nichtsprachliche Informationen vermittelt. Kinder lernen also, sich in besonderer Weise auf die gesprochenen Worte oder die Musik zu konzentrieren. Durch Wörter, Geräusche, Musik, Klänge jeder Art erschließen sich neue Räume, werden neue Erfahrungen möglich. Durch das Spielen mit Sprache, mit Worten, durch Lautmalereien, Gedichte, Klänge und Töne, durch wiederkehrendes Hören von künstlerisch, dramaturgisch gestalteten Darbietungen können sich im frühen Kindesalter neben sozialen, kommunikativen auch ästhetische Kompetenzen entwickeln, es lassen sich also Rezeptionskompetenzen sowie die Fähigkeit zum ästhetischen Genuss fördern.

Kinderradio im bildungs- und kulturpolitischen Kontext

Es ist eigentlich nicht nachvollziehbar, dass in einem hoch entwickelten Land wie der Bundesrepublik Deutschland die Vermittlung von Bildung und Erziehung, die Vermittlung von sozialen Kompetenzen und elementarem Umweltwissen für Kinder gegenwärtig hinter dem Stand in vielen europäischen Nachbarstaaten zurückgefallen sind. Die PISA-Studie hat - wie bereits mehrere vorangegangene internationale Vergleichsstudien - die Kompetenzrückstände im Bereich des sinnentnehmenden Lesens, der mathematischen und naturwissenschaftlichen Bildung bei deutschen Schülern nachhaltig belegt. Hier könnte eine Rundfunkarbeit für und mit Kindern ansetzen. Si ist ja auch der öffentlich-rechtliche Hörfunk nicht zuletzt auch durch einen spezifischen Bildungs- und Kulturauftrag definiert, auch wenn dies derzeit etwas aus dem Blick geraten ist.

Berufsverbände von Lehrern wie Kinderärzten, die Stiftung Lesen und etliche pädagogische Einrichtungen weisen seit längerem übereinstimmend (auch empirisch wiederkehrend belegt) darauf hin, dass Kinder heute mit immer geringeren sprachlichen Kompetenzen eingeschult werden. Sprachverständnis und Ausdrucksvermögen entwickeln sich in der Grundschule wie in der Primarstufe oftmals nur langsam weiter, manchmal offenkundig gar nicht. Besonders beeinträchtigt sind nicht-deutschstämmige Schüler, die oftmals weder vor noch nach dem Schuleintritt eine hinreichende sprachliche Förderung erfahren. Sprachliche Kompetenzen entwickeln sich, wie gegenwärtig die neurobiologische Lernforschung zeigt, insbesondere durch die aktive Nutzung der Sprache weiter. Vor allem die Wörter, die einem Kind bereits zur Verfügung stehen, „bilden...den Kontext für weiteres Lernen“. (Manfred Spitzer, 2000, S. 251)

Radioarbeit für und mit Kindern könnte bereits im Kleinkind- und Vorschulalter ansetzen und nicht zuletzt auch sprachfördernd wirken, da nicht kommerzielle Kinderprogramme in jedem Fall höhere Textanteile bieten würden als die privaten Veranstalter. Moderationen, Nachrichten, Lesungen oder Hörspiele können - anders als bei kommerziellen Mainstreamprogrammen - die kognitiven wie sprachlichen Kompetenzen der unterschiedlichen Altersgruppen angemessen berücksichtigen. Durch Mitmachaktivitäten, durch das Schreiben oder Gestalten eigener Beiträge ließen sich noch weitergehender sprachliche und kommunikative Kompetenzen fördern.

Rundfunkprogramme für Kinder, vermehrte Radioarbeit mit Kindern könnten also einen wichtigen Beitrag zu einem überfälligen Paradigmenwandel in unserem Bildungssystem leisten. Für Vorschulkinder, die Altersgruppe der Drei- bis Fünfjährigen, kann das Medium Radio z.B. Spiele für den Hörsinn, Magazinprogramme zu Umwelt- und Alltagsthemen oder

Sachgeschichten und Anregungen zu eigener Kreativität bieten,. Für Grundschul Kinder, für die Sechs- bis Zehnjährigen, wären neben Musik, Hörspielen oder Comedy auch von der Zielgruppe selbst produzierte Reportagen, Berichte, Features, Interviews, Nachrichten zu aktuellen Themen denkbar. Es gibt durchaus gelungene Beispiele für die zielgruppengerechte Aufbereitung von Informationen zu elementaren Themen aus Technik, Elektronik, Ökologie oder Politik.

Ältere Kinder, also die Zehn- bis Dreizehnjährigen, können sich bereits auf längere Beiträge konzentrieren, können komplexere Informationen verarbeiten. Die Programmformate für diese Zielgruppe sollten deshalb nicht auf Popmusik, Radio-Soaps oder Gewinnspiele beschränkt bleiben. Bildungsprogramme für diese Gruppe dürfen sich aber durchaus an solchen populären Formaten orientieren. Und derartige populären Formate motivieren junge Hörer ja auch verstärkt zu eigener Kreativität, zu eigenen Medienproduktionen, eigenen Soaps oder Comedys.

Bei allen Darbietungen in auditiven Medien, bei Lesungen, Hörspielen, Liedern oder Musicals müssen gesprochene Worte, Töne und Musik im Kopf des Rezipienten in eigene Bilder umgesetzt werden. Die Spezifik des Rezeptionsprozesses ist beim Hörfunk dadurch dem Lektüreprozeß deutlich näher als beim Fernsehen. Kinder, die häufiger Lesungen oder Hörspiele hören, sind eher bereit, selbst Texte zu lesen. Gerade bei jüngeren Kindern ist die Bereitschaft ausgeprägt, Gehörtes nach- oder mitzulesen. Ein Kinderhörfunkprogramm könnte also in sehr vielfältiger Weise, aber durchaus systematisch, zur Lektüre motivieren, könnte einen Beitrag zur Förderung der Lesekompetenz deutscher Schüler leisten. Und Lesekompetenz gilt - nach meiner Erfahrung nicht zu Unrecht - vielen Pädagogen als basiskompetenz für Medienkompetenz.

Hörfunkprogramme sollten für Kinder natürlich auch (medien-)spezifische Funktionen wahrnehmen, sie können anders beim Aufbau von Stimmungen oder Tagträumen helfen als andere Medien, sie lassen der Phantasie von Kindern (dem Buch verwandt) auch anders Raum als filmische Darbietungen. Hörfunk kann mehr sein als musikalische Dauerberieselung, als banale Unterhaltung, Bestätigung vorhandener Erfahrungen und Gewohnheiten. Er kann Denkanstöße geben, Hilfe bei der Welterfahrung, er könnte auch produktiv irritieren. Und Hörfunkprogramme benötigen mehr Einlassen vom Rezipienten, sie fordern und fördern die Konzentration auf das Gesprochene, auf den Inhalt.

Medienkompetenz im Zeitalter der digitalen und interaktiven Medien

Die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien verändern die gesellschaftliche wie die individuelle Kommunikation, sie haben auch nachhaltige Auswirkungen auf den Medienumgang, den Medienalltag von Kindern und Jugendlichen. Die neuen Medien sichern einerseits den freien Fluss von Informationen, dienen damit der freien Meinungsbildung, fördern das Grundrecht auf Informations- und Meinungsfreiheit. Andererseits sind die Medien durchaus mächtige, oft tendenziöse oder ausschließlich kommerziell orientierte Beeinflussungsinstanzen. Audiovisuelle und digitale Medien bieten Kindern Orientierungen, sie prägen die Bildung von Meinungen und Einstellungen. Ohne Medienkompetenzen ist eine Teilhabe an öffentlicher Kommunikation, ist eine Partizipation an den über Medien vermittelten Diskursen, die Wahrnehmung demokratischer wie staatsbürgerlicher Rechte zukünftig kaum noch möglich.

Medienkompetenz setzt als gesellschaftliche Kompetenz die Erfahrung von Teilhabe und von Machbarkeit voraus. Als Ziel aktueller, handlungsorientierter medienpädagogischer Konzepte muss daher heute neben der Vermittlung von technologischen Kompetenzen, von Know How u.a. stehen

- die Förderung sozialer Kompetenzen,
- die Erhöhung von Handlungs- und Kommunikationsfähigkeit,
- die Beförderung kommunikativen Handelns mit Medien,

- die Entwicklung von Reflexionsfähigkeiten,
- die Vermittlung von Fähigkeiten zur Analyse von Inhalten und Strukturen der Medien.

Im Gegensatz zur schulischen bietet die außerschulische Medienpädagogik besondere Chancen, da sie nicht durch Lehrpläne strukturiert oder in ihren Spielräumen eingeschränkt wird. Außerschulische Medienarbeit kann direkt und spontan auf mediale oder populkulturelle Entwicklungen reagieren. Medienpädagogen haben also größere Spielräume bei der Entwicklung ihrer Konzepte, sie können Kinder und Jugendliche anders einbeziehen, sie müssen diese aber auch anders motivieren, da ihre Zielgruppen freiwillig an Projekten mitarbeiten.

Die außerschulische Medienpädagogik, also auch freie Radioarbeit mit Kindern, sollte in besonderer Weise auch die Adressatenkreise ansprechen, die über schulische Aktivitäten gar nicht oder nur partiell erreicht werden. Stärker als bisher könnte die Radioarbeit auch bei Kindern ansetzen, die noch nicht im schulpflichtigen Alter sind, ebenso sollten Aktivitäten diejenigen Jugendlichen erreichen, die nicht mehr staatliche Bildungseinrichtungen besuchen.

Gegenwärtig sind vor allem die digitalen und interaktiven Medien besonders attraktiv für ältere Kinder und Jugendliche. An diese Attraktivität kann die Radioarbeit für jüngere Zielgruppen heute mit der digitalen Produktion und Distribution von auditiven Beiträgen anknüpfen. Zudem steigt gegenwärtig wieder die Akzeptanz von Hörmedien. So ist über mehrere Jahre das Interesse an Hörbüchern und Hörspielen bei Kindern und Jugendlichen deutlich gewachsen. Nachdem die Konkurrenz der privaten Fernsehvollprogramme und neuer interaktiver Kindermedien in den späten 1980er und frühen 90er Jahren zu drastischen Einbrüchen auf dem Kindertonträgermarkt geführt hatte, hat sich das Angebot zwischenzeitlich nicht nur konsolidiert. Beklagt die phonographische Industrie immer drastischere Umsatzrückgänge, so ist der Trend auf dem Kindertonträgermarkt bis vor kurzem gegenläufig gewesen, denn hier war jahrelang ein Umsatzwachstum zwischen fünf und zehn Prozent zu verzeichnen.

Nachdem sich ältere Kinder (ab zehn Jahren) und Jugendliche zugunsten neuer Medien fast vollständig vom Hörspiel abgewendet hatten, sind jetzt die Anteile älterer Hörergruppen wieder gewachsen. Junge Erwachsene entdecken Hörspielserien als ihr liebstes Kindheitsmedium wieder, Liveaufführungen von Hörspielen („Die drei ???“) sind Kult. Öffentliche Lesungen von Lyrik, Slam Poetry, Hörkino-Aufführungen und auch Hörbücher mit aktueller Literatur haben eine neue Qualität im Medienalltag Jugendlicher gewonnen. Nach einer zeitweise euphorischen Wertschätzung digitaler und interaktiver Medien entdecken Kinder und Jugendliche jetzt wieder Qualitäten konventioneller Medien und weisen ihnen neue Funktionen in ihrem Medienalltag zu. Hier ergeben sich Anknüpfungs- und Vernetzungsmöglichkeiten für die Radioarbeit mit Kindern und Jugendlichen, hier zeichnen sich neue Chancen ab, Medienkompetenzen durch eigene Aktivitäten in einem immer noch höchst attraktiven Medium zu vermitteln.

Literatur:

- Diekmeyer, Ulrich (1998): Unser Kind im 3. und 4. Lebensjahr, Reinbek.
- Heidtmann, Horst (1992): Kindermedien, Stuttgart (Sammlung Metzler 270).
- Heidtmann, Horst (2001): „Kinder hören mehr: Tonträgermarkt legt weiter zu“. In: Bulletin Jugend + Literatur H. 9, S. 11-14.
- Heidtmann, Horst (2002): „Krimi-Hörspielserien sind Kult. Eine Marktübersicht“, in: Beiträge Jugendliteratur und Medien. 13. Beiheft: Auf heißer Spur in allen Medien. Kinder- und Jugendkritis..., Weinheim, S. 107-117.
- Jörg, Sabine (2003): „Die Welt ist Sprache“. In: JuLit Informationen, Heft 3, S. 11-18.
- Laufer, Jürgen (2004): „Trends bei der kindlichen und jugendlichen Internetnutzung in Deutschland“, in: ders. (Hrsg.): In 8 Sekunden um die Welt. Internetnutzung von Kinder,

Jugendlichen und Familie im internationalen Kontext, Bielefeld (Schriften zur Medienpädagogik 35).

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.) (2003): KIM-Studie 2003. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Baden-Baden, Dezember.

- Musik, Magie und Medizin - Hören und Zuören (2004). Auf: http://www.musikmagieundmedizin.com/standard_seiten/hoeren.html; Zugriff am 26.2.2004.

- Paus-Haase, Ingrid; Stefan Aufenanger und Uwe Mattusch (2000): Hörfunknutzung von Kindern. Bestandsaufnahme und Entwicklungschancen des Kinderhörfunks im dualen System. Berlin (Schriftenreihe Bd. 7).