

Horst Heidtmann

“Im Buch geht alles ohne dich, aber im Computer nichts...” Multimedia in Kinder- und Jugendbibliotheken: Ergebnisse einer Umfrage

Die Kinder- und Jugendbibliotheken in Deutschland haben auf Veränderungen der Medienlandschaft zumeist nur sehr verhalten reagiert. Bestandsaufnahmen resümieren wiederkehrend die Diskrepanz zwischen der Mediengzusammensetzung von Bibliotheksbeständen und dem Medienalltag der jugendlichen Nutzer. (Vgl. König, 1986; Heidtmann, 1989; Heidtmann/Nagl, 1995.) Nach der Einführung der kompakten MusiCassette als preiswertes und robustes Massenmedium 1965 hat es mehr als 30 Jahre gebraucht bis etwa die Hälfte der Öffentlichen Bibliotheken Tonträger für Kinder in ihren Beständen führt. (Schmitt, 1999) Nachdem der kommerzielle Videomarkt in den 1980er Jahren mit nicht gerade kindgerechten Sujets prosperierte, wurden kindgemäße Videobestände meist nur auf Druck der kommunalen Träger eingerichtet; 1997 bieten gerade 30 Prozent der deutschen Bibliotheken Videos für Kinder und Jugendliche an (Schmitt, 1999).

Multimedia-Markt in Deutschland

Nach einer ersten Euphorie 1995 sind die Umsätze mit der CD-ROM als Trägermedium von Multimedia-Programmen in den späten 1990er Jahren spürbar zurückgegangen. Der prognostizierte Boom ist ausgeblieben. Die CD-ROM hat Bücher weder verdrängt noch ersetzt. Multimedia ist als neues Medium ergänzend neben die bisherigen getreten, im Jahr 2000 ist der Umsatz mit Kinder- und Jugendbüchern hierzulande sogar überproportional gestiegen - *Harry Potter* sei Dank.

Ambitionierte Multimedia-Projekte sind drastisch zurückgenommen worden, die Ravensburger Tochter Interactive produziert fast nur noch interaktive Spielgeschichten mit Motiven der Kinderserienliteratur oder "Moving Puzzles" mit zerschnittenen Videosequenzen. Der wichtigste deutsche Kindersoftware-Entwickler, der Berliner Tivola-Verlag, erzielt gegenwärtig die höchsten Verkaufszahlen mit interaktiven *TKKG*-Spielgeschichten, von denen innerhalb weniger Monate bis zu 100.000 CD-ROMs verkauft werden.

Die inhaltliche Umorientierung der Softwareanbieter auf weniger anspruchsvolle Kinderunterhaltung ist vom Markt angenommen worden. Bei niedrigeren Produktionskosten und höheren Umsätzen sind zudem die Preise für CD-ROMs binnen weniger Jahre drastisch gefallen, von 1998 auf 1999 ging der Durchschnittspreis für einen Kindertitel von DM 40,88 auf DM 27,60 zurück. Der Kindersoftwaremarkt hat 1999 kräftig zugelegt, die Zahl der verkauften Titel hat sich verdoppelt, das Umsatzvolumen ist um ein Viertel auf 115 Millionen Mark gestiegen. Im Vergleich dazu: die Umsätze im Kindertonträgermarkt lagen 1999 doppelt so hoch, mit Kinder- und Jugendbüchern wurde 1999 sogar ein Umsatzvolumen von annähernd 800 Millionen Mark erzielt.

Gleichwohl: für die deutschen Softwareanbieter hat das Segment Kinderunterhaltung mittlerweile eine zentrale Bedeutung gewonnen. Da Jugendlichen die CD-ROM fast ausschließlich als Trägermedium von Computerspielen dient, suchen die Firmen ein immer jüngeres Publikum, denn lediglich Kinder Vorschulalter oder wenig darüber sind "bereit..., sich dieselbe Geschichte immer wieder anzusehen." (Negroponte, 1997)

CD-ROMs in Kinder- und Jugendbibliotheken

1995 hatten erste Bibliotheken Multimedia-Programme für Kinder angeschafft, nach einer Erhebung des Deutschen Bibliotheksinstituts (dbi) verfügte 1997 jede zwanzigste über CD-ROMs für Kinder, 1998 schon jede siebte. Das Institut für angewandte Kindermedienforschung der HBI Stuttgart bemüht sich nach „Abwicklung“ des dbi darum, Erhebungen zur Nutzung und Funktion von Kindermedien in Öffentlichen Bibliotheken exemplarisch fortzusetzen. Studierende der HBI haben im Rahmen eines Projektseminars im Winter 2000/2001 Erhebungen in etwa 30 öffentlichen Kinder- und Jugendbibliotheken durchgeführt und dort knapp 300 Kinder und Jugendliche interviewt. Bei den untersuchten Bibliotheken handelt es sich um Großstadtbibliotheken oder Zweigstellen, ferner um neun Mittelstadtbibliotheken sowie mehrere Kleinstadtbüchereien, fast alle im südwertdeutschen Raum. Die Erhebungen sind nicht repräsentativ, erlauben aber verallgemeinerbare Aussagen zur Nutzung des Mediums.

Die Anzahl der Medieneinheiten in den befragten Kinder- und Jugendbibliotheken liegt zwischen 4.000 und 32.000. Durchschnittlich erreichen die Nonbook-Medien einen Bestandsanteil von etwa 10 Prozent, was den vom dbi 1997 ermittelten Daten entspricht. Printmedien dominieren die Kinderbibliotheksbestände also nach wie vor. Bei den Entleihungen von Kinder- und Jugendbüchern liegt die durchschnittliche Frequenz bei 4,5 Ausleihen pro Buch im Jahr. Videos erreichen deutlich höhere Quoten, im Einzelfall bis zu 26, im Durchschnitt 11,7 Ausleihen pro Jahr.

Die CD-ROM-Bestände für Kinder sind binnen weniger Jahre deutlich gewachsen. Alle untersuchten Kinder- und Jugendbibliotheken bieten ihren Nutzern heute CD-ROMs, an vier Orten finden sich bereits Bestände zwischen 500 und 1.000 Einheiten, die durchschnittliche Bestandsgröße liegt 279 CD-ROM-Titeln. Das entspricht einem durchschnittlichen Anteil von zwei bis drei Prozent am Gesamtmedienbestand; gelegentlich kommen CD-ROMs auf über sechs Prozent Anteil.

Kriterien für den Bestandsaufbau werden uneinheitlich gehandhabt. Mancherorts stehen pädagogische Aspekte im Vordergrund, teilweise orientiert man sich an den aus der Kinderliteratur vertrauten Stoffen, Figuren- und Autorennamen. Fast überall sind Lernsoftware und Edutainmentprogramme vorhanden, häufig Kinderspielprogramme und Sachinformationen auf CD-ROM. Nur die Hälfte aller Bestände bietet interaktive Geschichten (*Living Books*) oder Lexika (z.B. *Duden*). Bewusst verzichten die meisten auf gängige Computerspielsoftware, auf Action-, Sport oder Strategie-Spiele.

Ausleihe von CD-ROMs

Überall werden CD-ROMs für Kinder und Jugendliche überdurchschnittlich oft entliehen, selbst wenn populäre Genres oder Bestseller fehlen. Auf alle untersuchten Kinderbibliotheken bezogen kommt jede einzelne CD-ROM auf durchschnittlich 12,8 Entleihungen pro Jahr, mehr also als die Videokassetten, die bislang eindeutig am beliebtesten waren. Bezogen auf den Umsatz sind CD-ROMs gegenwärtig das gefragteste Kindermedium in deutschen Bibliotheken.

Meist beginnen Kinder im Alter von fünf oder sechs Jahren CD-ROMs selbst zu entleihen, die jugendliche Kernnutzerschaft ist zwischen acht und 12 Jahren alt. Mädchen und Jungen interessieren sich gleichermaßen für Multimedia-Anwendungen. Bei einem Viertel der befragten Bibliotheken liegt der Anteil der Jungen bei der CD-ROM-Nutzung etwas höher (etwa drei zu zwei).

In der Mehrheit der Bibliotheken stehen für Kinder und Jugendliche PCs zur Präsenznutzung zur Verfügung, einige bieten vorinstallierte Programme an: gefragte Lernsoftware; fünf oder sechs neue CD-ROMs monatlich wechselnd; auf einem „Spielecomputer“ sind 15 attraktive Spiele fest installiert; solche Angebote zur Präsenznutzung haben sich in der Praxis gut bewährt.

Die Nutzung des CD-ROM-Angebotes ist von der Zusammensetzung der Bestände abhängig. Die von den Kindern in fast allen Bibliotheken (nach Ausleihstatistik oder Beobachtung der Mitarbeiterinnen) mit deutlicher Präferenz genutzte Gattung ist Edutainment, mit erkennbarem Abstand folgen Lernsoftware und Spiele. Die am stärksten gefragten Einzeltitel erreichen durchweg 18 bis 20 Ausleihen pro Jahr, gelegentlich sogar 30. Allerdings ist die Nachfrage in den Bibliotheken ebenso facettenreich wie mittlerweile das Angebot. Von knapp 30 Bibliotheken werden mehr als 60 Titel genannt, die aktuell (1999/2000) am häufigsten entliehen worden sind:

CD-ROM-Bibliotheks-Charts:

1. Die am häufigsten entliehenen Einzeltitel

1. Fritzi Fisch und der verschwundene Schatz (Ravensburger)
2. Das Geheimnis der Burg (Bibliogr. Institut)
3. Pettersson und Findus (Terzio)

2. Die am häufigsten entliehenen Reihen

1. Löwenzahn (Terzio)
2. Max.../ Max und Marie.. (Tivola)
3. ADDY (Coktel/Havas Interactive)
4. Willy Werkel (Terzio)
5. TKKG (Tivola)

Mehr als drei Viertel der Bibliotheken bieten den Kindern und Jugendlichen auch einen Zugang ins Internet. Meist müssen diese sich mit den Erwachsenen die Netzzugänge teilen. (Die von Kindern und Jugendlichen häufig aufgerufenen Websites sind nicht systematisch ermittelt worden, häufig genannt werden die *Pokemon-* und

Big Brother-Seiten.) Etwa ein Drittel der befragten Bibliotheken nutzt die interaktiven und digitalen Medien mittlerweile auch in der Programmarbeit, bietet Interneteinführungen, Bilderbuchkino, Quiz- und Suchspiele.

Medienausstattung junger Bibliotheksbenutzer

Zusätzlich zu den statistischen Erhebungen sind in den Bibliotheken insgesamt 295 Kinder und Jugendliche im Alter zwischen vier und 17 Jahren interviewt worden, mehr als drei Viertel von ihnen zwischen neun und 14 Jahren alt. Der Anteil der Jungen liegt mit 56 Prozent höher als üblich. Ein Drittel der Befragten besucht das Gymnasium, 25 Prozent die Grundschule, 20 Prozent die Hauptschule, etwas weniger die Realschule.

Fast die Hälfte verfügt allein oder zusammen mit Geschwistern über einen eigenen PC, überproportional oft Kinder, die ein Gymnasium besuchen. Für die große Mehrheit steht alternativ oder ergänzend mindestens ein PC zur Nutzung durch alle Familienmitglieder zur Verfügung. Kaum mehr als 10 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen haben in der Familie keinen Zugriff auf einen PC. Fast alle, die daheim einen PC nutzen können, besitzen selbst eigene CD-ROMs, 50 Prozent allerdings nur 10 Stück oder weniger. Bei etwa 40 Prozent ist zuhause bereits ein eigener Internetanschluß vorhanden. Die große Mehrheit der befragten Gymnasiasten kann ab Sekundarstufe I auf das Internet zugreifen. Im Gegensatz dazu sind oft in nicht deutschstämmigen (türkischen) Familien weder PC noch Internetzugang vorhanden.

Nutzung von CD-ROMs

In allen untersuchten Bibliotheken stehen zwar CD-ROMs für Kinder und Jugendliche im Bestand, doch auf die Frage „Entleihst Du CD-ROMs in dieser Bibliothek?“ antworten 40 Prozent mit „nein“, da ihnen vielfach unbekannt ist, dass ihre Bibliothek CD-Roms im Bestand hat, weil diese ungünstig gestellt sind. Knapp 10 Prozent der Befragten, ausschließlich Mädchen, haben nur ein geringes Interesse am Medium, lesen oder spielen lieber mit ihren Freundinnen: „CD-ROMs verblöden nur“. Ältere, vorrangig an PC-Spielen interessierte Jungen, kaufen „lieber gleich selbst“. Die Mehrheit der Befragten kann CD-ROMs auch in der jeweiligen Kinder- und Jugendbücherei benutzen, hat diese Möglichkeit z.T. bisher nicht zur Kenntnis genommen.

Knapp die Hälfte der jungen BibliotheksbesucherInnen ist mit dem vorhandenen CD-ROM-Angebot zufrieden, ein Viertel ist dezidiert unzufrieden, weil insgesamt zu wenige Titel vorhanden oder die Bestände veraltet sind. Kleinere Kinder beklagen, dass zu wenig Edutainment-Programme angeboten werden, ältere Jungen klagen über „zu viele Lernprogramme“. Insgesamt kritisieren ältere Kinder und Jugendliche unabhängig vom Geschlecht, dass die Bestände „zu kindisch“ seien, dass vor allem Spiele fehlten.

CD-ROM-Präferenzen von Mädchen und Jungen

Bei den bevorzugten Gattungen und Genres auf der CD-ROM liegen bei jungen

Bibliothekskunden - wie bei Kindern und Jugendlichen überhaupt - Computerspiele deutlich vorn (bei mehr als 50 Prozent). Bei der Spielesoftware sind nach eigenem Bekunden - unabhängig vom Geschlecht - 15 Prozent besonders an Adventure-Games interessiert, 12 Prozent an Sportspielen und -simulationen (Jungen u.a. an Autorennen, Mädchen u.a. an *Barbie Super Sport*), 11 Prozent schätzen besonders die Jump and Run- und etwas weniger die Strategie-Spiele. Vor allem bei männlichen Haupt- und Realschülern (vereinzelt auch Schülerinnen) sind „Ballerspiele“ am beliebtesten, Mädchen schätzen statt dessen Quizspiele wie *Wer wird Millionär?* Die Liebhaber von Computerspielen finden ihre Bedürfnisse in Öffentlichen Bibliotheken nur eingeschränkt berücksichtigt; sie weichen daher oft auf kommerzielle Videotheken aus.

Lernsoftware und Lernspiele sind für ein Viertel der Befragten die bevorzugte Gattung. Damit sind Bibliotheksbestände deutlich besser bestückt, mehr als 30 Prozent der Jugendlichen haben entsprechende Titel bereits (häufiger) ausgeliehen. An dritter Stelle stehen (bei knapp 20 Prozent) Edutainment-Programme, besonders bei jüngeren Kindern, in deutlichem Abstand gefolgt von interaktiven Geschichten und Lexika.

Viele Kinder können auf Nachfragen keine Lieblings-CD-ROM nennen, sie suchen im Bestand nicht gezielt nach bestimmten Titeln, sondern nach Gattungen, Genres, Themen. Bei den insgesamt genannten Lieblingstiteln fällt auf, dass sich keine eindeutigen Hits ausmachen lassen; die Diversifikation der Interessen und Präferenzen ist bei Multimedia-CD-ROMs noch erheblich größer als die bei früheren Erhebungen zu anderen Kinder- und Jugendmedien erkennbar gewordene breite Streuung. (Heidtmann, 1996, B). Von knapp 250 Kindern und Jugendlichen werden insgesamt 109 Titel als „beliebteste CD-ROM“ genannt, davon 60 Prozent Spiel-, 30 Prozent Edutainment- und 10 Prozent Lernprogramme. Allerdings werden die meisten Titel nur von zwei oder drei Kindern und Jugendlichen als „Hit“ eingestuft. An der Spitze liegen mit deutlichem Abstand zwei Computerspiele, *LEGO Racers* (mit 16 Nennungen, gut 5 Prozent) gefolgt von *Age of Empires* (Erwachsenenspiel mit 9 Nennungen). Alle anderen genannten Titel sind Reihen, Folgen oder neue Versionen vorliegender Spielmotive, die zumeist zwischen 10 oder 20 mal, bei den Spitzenplätzen über 20 mal genannt worden sind:

Hitliste der beliebtesten CD-ROMs

Beliebteste Einzeltitel

1. LEGO Racers (LEGO)
2. Age of Empires (Microsoft)

Beliebteste Reihen

1. LEGO (LEGO)
1. Löwenzahn (Terzio)
2. ADDY (Havas)
3. FIFA (EA Sports)
4. TKKG (Tivola)

5. Tomb Raider (Eidos)
6. Pettersson & Findus (Oetinger)
7. Willy Werkel (Terzio)
8. Die Siedler (BlueByte)
9. Command and Conquer (Electronic Arts)
9. Sim City (Electronic Arts)
10. Fritzi Fisch (Ravensburger)
10. Fünf Freunde (Ravensburger)

Kinder und Jugendliche haben breit aufgefächerte Medieninteressen, geschlechtsspezifische Präferenzen weichen bei Multimedia nicht so deutlich voneinander ab wie bei Printmedien. (Bischof / Heidtmann, 2000) Bei den Kleineren besteht ein vergleichbares Interesse an Edutainment und Spielgeschichten, ältere Kinder und Jugendliche bevorzugen - weitgehend unabhängig vom Schultypus - Spielesoftware, Jungen stärker Adventures, Sport und Simulationen, Mädchen eher Geschicklichkeits- und Strategiespiele (aber auch etliche jüngere wie ältere Mädchen sind von Lara Croft aus den *Tomb Raider*-Spielen begeistert).

Auf die Frage, welche CD-ROMs (Art, Themen) fehlen, werden am häufigsten „Spiele für Jugendliche“, am zweithäufigsten „Spiele für ältere Kinder“ genannt. Lediglich älteren Jugendlichen (Gymnasiasten) fehlt unterrichtsbegleitende Lernsoftware. Insgesamt werden selten detaillierte Wünsche geäußert, da die meisten keinen Überblick über das Marktangebot haben, aus den Kinder- wie Jugendzeitschriften nur über aufwendiger beworbene Spiele Bescheid wissen. Allerdings wünschen viele, dass populäre Titel gestaffelt werden: „man muß auf die guten Spiele zu lange warten.“

Funktionen und Gratifikationen von Multimedia

Um die Funktionen von Multimedia im Medienalltag und um die spezifischen Gratifikation für jugendliche Rezipienten ermitteln zu können, sind zusammenhängend mehrere Fragen gestellt worden:

- Warum benutzt Du CD-ROMs?
- Was gefällt Dir besonders an einer CD-ROM?
- Was ist für Dich bei einer CD-ROM anders als bei einem Buch, bei einem Video oder bei sonstigen Medien?

Multimedia wird danach vorrangig pauschal als Unterhaltungsmedium gesehen, das Spaß und Zeitvertreib besser zu bieten vermag als alle oder zumindest die meisten anderen Medien: „Macht halt Spaß.“ (Realschüler, 11 J.), „Lustig, nicht so grau.“ (13jähriger Junge), „Tausend mal spannender als ein Buch.“ (Realschüler, 11 J.)

Etwa 40 Prozent der Befragten setzen Multimedia mit Spielprogrammen gleich: „Gut zum Spielen...abwechslungsreich ...spannend.“ „Am coolsten sind Spiele so mit 3-D.“ (10jähriger Grundschüler) Spiele auf der CD-ROM, besonders Simulationen, Autorennen, Flugsimulator oder Sportwettkämpfe wirken auf viele Nutzer authentischer; sie können sich bei Spielen „abreagieren“, haben Erfolgserlebnisse;

wer sich anstrengt, kann sich über verschiedene Level „ mit der Zeit immer mehr verbessern und Rekorde aufstellen.“

Ein Drittel schätzt an der CD-ROM besonders Multimedialität und Interaktivität. Multimediaprogramme sind abwechslungs- und variantenreicher, sie bieten „mehr Action“, mehr Ebenen und Möglichkeiten als bei anderen Medien“. Besonders wichtig ist, dass man „in das Geschehen eingreifen“, „den Handlungsverlauf mitbestimmen“, „mit der Maus selbst herumlaufen“ oder (bei *TKKG*-Krimis) „den Fall selber lösen“ kann. „Man schaut nicht nur zu,“ sondern „kann Tieren helfen“ (10jähriges Mädchen) und „Tore schießen“. „Im Buch geht alles ohne dich, aber im Computer nichts.“ (11jähriger Hauptschüler)

Ältere wie Jüngere betonen die kreativen Aspekte des Mediums, „man kann selbst etwas gestalten“, z.B. Briefpapier mit *Sailor Moon*-Motiven, man kann bei Spielen aktiv sein oder „selbst etwas bauen“ (8jähriger). Die Möglichkeiten zur Lenkung von Figuren können zudem die Intensität der Rezeption verstärken („Man kann Geschichten besser erleben,“ 12jährige) oder die Identifikation mit den Figuren (z.B. bei Jungen mit den Action-Helden) erleichtern. Dass die vom Programm vorgegebenen Aufgaben oder Spielziele nur durch eigene Aktivität und / oder Kreativität zu lösen oder zu erreichen sind, wirkt motivierend: „Weil es Spaß macht, das Ende zu entdecken.“ (13jähriger)

20 Prozent, mehrheitlich ältere Kinder und Jugendliche, schätzen Multimedia als Lern- und Informationsmedium. Edutainment- und Infotainment-Programme bieten eine Einheit von Spielen und Lernen, man lernt daher mit Spaß. Bei Lernprogrammen wird man belohnt, wenn man etwas richtig gemacht hat, „außerdem kann man hundert mal nachfragen, wenn man etwas nicht verstanden hat. Bei meinen Lehrern kann ich das nicht, die erklären das zwei oder drei mal höchstens und dann wird man gleich Idiot genannt.“ (11jährige, Gymnasium) Schulanfänger und Grundschüler ziehen multimediale Lernprogramme ihren Schulbüchern vor, weil diese (z.B. *Rayman*) „verschiedene Levels“ bieten, dadurch „bleibt“ es „spannend und man lernt was.“ (9jährige). Jugendliche nutzen Lernsoftware, „um Lernstoff der Schule zu wiederholen.“

Vor allem bei Älteren gilt die CD-ROM als komfortables Informationsmedium, das eine besonders schnelle und bequeme Suche ermöglicht. „Man muß nicht ewig in einem Buch blättern.“ Man kann „stundenlang die CD-ROM nutzen..., sich sofort zu den Infos über bestimmte Länder oder Städte klicken...Man hat einfach so viele Möglichkeiten. Außerdem ist alles übersichtlich gemacht und Dinge, für die man sich nicht interessiert, kann man schnell überspringen. Beim Buch würde das viel länger dauern und man findet kaum so ein umfangreiches Buch.“ (17jährige Gymnasiastin über den *Encarta Weltatlas*). Von zwei Jugendlichen wird auf kognitive Aspekte hingewiesen, dass nämlich ein Multimedia-Programm eine andere Struktur oder Didaktik der Informationsvermittlung nutzt: „man denkt anders bei der CD-ROM.“

Beim Vergleich der CD-ROM mit dem Buch lassen sich die Einschätzungen in drei etwa gleichgroßen Gruppen zusammenfassen. Am größten ist die Gruppe derjenigen, die die CD-ROM für besser halten als das Buch. Vor allem Jungen lesen nicht gern oder allenfalls Comics, was aus neueren Erhebungen ohnehin bekannt ist. (Bischof / Heidtmann, 2000) Bücher lesen gilt als anstrengender, „Lesen ist Scheiße“ (11 J., Hauptschüler) oder „dauert zwei Tage“. Dem Buch fehlt die

Interaktivität, „man ist nur passiv“. Bei einer CD-ROM „muß weniger gelesen werden als in einem Buch“, es gibt mehr Bilder. Grafisch gestaltete Anleitungen und Benutzerführungen werden als besonderer Vorteil der CD herausgestellt. Mündliche Erklärungen lieben zudem nicht nur kleinere Kinder. Der Phantasieaufwand ist bei einer CD-ROM - wie bei der Rezeption anderer visueller Medien auch - geringer: „Man kann die Figuren sehen, man muß sie sich nicht vorstellen.“ (11jährige Gymnasiastin) Das unterschiedliche Gewicht der Medien wird allerdings nur von einem Realschüler (14 J.) für wichtig gehalten: „Buch ist schwer zum Rumtragen.“

Die zweite Gruppe hält Buch und CD-ROM für „gleich gut, aber irgendwie anders“, denn „beim Lesen muß man die Phantasie anstrengen und beim PC-Spielen nachdenken und lernen“, beides gefällt vorrangig Mädchen (zu den Jungen mit dieser Einschätzung gehört ein überproportionaler Anteil von Waldorfschülern). Für die dritte, etwas kleinere Gruppe (Mädchen im Alter zwischen 10 und 14 Jahren) ist Lesen besser, „weil man sich da alles allein vorstellen kann“, „weil man da nicht verliert“, „nichts machen muß“ und weil man „beim Lesen...nicht so müde wie am PC“ wird. Für diese Mädchen sind Bücher nicht zuletzt deswegen spannender als eine CD-ROM, „weil sie besser Gefühle beschreiben können.“

Im Vergleich mit den AV-Medien schneidet die CD-ROM ähnlich ab. Eine große Gruppe von Jungen und Mädchen findet TV und Video weniger interessant, da man nur passiv rezipieren kann: „In einem Video kann man nicht eingreifen. Man ist an die Geschichte gebunden.“ (9jähriger) Für die zweite Gruppe sind Video und CD-ROM „gleich gut“, Videos werden gern genutzt, wenn man „zu müde ist für eine CD-ROM“. Die dritte, kaum kleinere Gruppe, schätzt Videos als angenehmen Zeitvertreib mehr als Multimedia, weil „man nichts tun muß“.

Weniger als fünf Prozent verweisen auf die kommunikativen und sozialen Aspekte der Multimedianeutzung: man kann „mit Freundinnen zusammen spielen“ oder „es ist super, mit Papi am Computer zu spielen“ (6jähriger). Und für einzelne kleinere Kinder ist die Bekanntheit der Figuren aus dem Medienverbund gewichtige Motivation zur Nutzung einer CD-ROM: „Weil, da ist doch der Benjamin und den kenn' ich von den Kassetten.“

Nutzungsgewohnheiten

Lediglich 20 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen geben an, dass sie CD-ROMs gemeinsam mit Freunden oder Geschwistern nutzen, und nur Kinder im Vorschulalter oder darunter spielen zusammen mit den Eltern, die meisten spielen daheim allein am PC, jüngere Kinder am Nachmittag, die älteren eher abends. Ein Drittel der Befragten nutzt CD-ROMs auch in der Bibliothek, wer zuhause keinen PC hat, spielt manchmal ausschließlich dort.

Gerade in einer einzigen Schule können Kinder Multimedia außerhalb des Unterrichts an Schul-PCs nutzen. In den meisten Schulen findet PC-Software jedoch weder im noch außerhalb des Unterrichtes regelmäßig Verwendung. Etwa ein Drittel der Befragten gibt sogar an, dass für den Schulunterricht keine Multimedia-PCs zur Verfügung stehen, dass CD-ROMs im Unterricht nie verwendet werden. Ein weiteres Drittel sagt, dass sie an ihren Schulen PCs mit entsprechender Software zur Verfügung haben, dass aber nur zu wenige vorhanden und auch diese nur einge-

schränkt, häufig „nur für höhere Klassen“ nutzbar seien. Allenfalls für ältere Realschüler und Gymnasiasten findet regelmäßig IT-Unterricht statt, ist der Umgang mit Multimedia ansatzweise integriert.

Resümee

Multimedia hat sich wesentlich schneller und umfassender als alle vorangegangenen „neuen“ Medien in den bundesdeutschen Kinder- und Jugendbibliotheken durchgesetzt. CD-ROMs sind gegenwärtig das beliebteste, das am stärksten nachgefragte und sich am schnellsten umsetzende Kinder- und Jugendmedium. Das hängt zwar auch damit zusammen, dass das Medium noch relativ neu ist und dass die Bestände oft klein sind. Die Attraktivität bei Kinder und Jugendlichen basiert aber vor allem auf den medienspezifischen Leistungsmöglichkeiten: die jungen Nutzerinnen und Nutzer können Handlungsverläufe ändern, Figuren führen, selbst Aufgaben lösen. Multimedia verlangt Aktivität und Kreativität, fördert die Individualität von Rezeptions- und Lernprozessen.

CD-ROMs können Bücher nicht ersetzen oder verdrängen, aber sie können bestimmte Funktionen von anderen Medien substituieren. Wünsche nach Aktion, nach abwechslungsreicher Unterhaltung, nach möglichst enger Einbindung des Rezipienten in das Geschehen werden zunehmend durch Computerspiele, Spielprogramme oder Spielgeschichten befriedigt. Diese arbeiten mit vergleichbaren narrativen Strukturen wie die erzählende Literatur, sind aber attraktiver, weil der Gang der Narration beeinflusst und gesteuert werden kann. Kinder und Jugendliche nutzen jedoch gleichzeitig die traditionellen Erzählmedien weiter, denn spezifische Funktionen der Erzählliteratur, wie z.B. Gefühle, innere Bewegung, Beziehungen einfühlsam auszugestalten, können über Multimediaprogramme nicht in vergleichbarer Weise rezipiert werden. PC-Programme bieten zwar mehr Eigenbeteiligung, sind dafür aber anstrengender zu rezipieren. Video und andere filmische Medien gestatten eher passive Formen der Rezeption. Kinder und jugendliche nutzen mehrheitlich differenziert und situationsbezogen das Spektrum aller zur Verfügung stehenden Medien.

Computerspiele im engeren wie im weiteren Sinne sind zwar auch bei jugendlichen Bibliotheksbenutzern die bevorzugteste Gattung, sie werden jedoch beim Bestandsaufbau nicht hinreichend berücksichtigt oder sogar als leichte Unterhaltung abgelehnt. Hier hat sich die vor Jahrzehnten kultivierte „untere Grenze“ für „bibliotheksgeeignete“ Kinderbücher auf ein neues Medium verlagert. Unübersehbar ist die Diskrepanz zwischen den Ausleihcharts, den am meisten ausgeliehenen Titeln auf der einen Seite, und den bei Kindern und Jugendlichen bevorzugten Gattungen, den tatsächlich beliebtesten Titeln auf der anderen Seite. Wenn aktuelle Spielesoftware oder populäre Spiele nicht im Bestand vorhanden sind, wählen sich Kinder oder Jugendliche notgedrungen andere Programme mit spielerischen Komponenten aus, Edutainment oder Lernspiele.

Kinder- und Jugendmedien vernetzen sich immer enger mit den Populärmedien für Erwachsene. Für Spielsoftware lassen sich keine strikten Trennungen zwischen Kinder-, Jugend- und Erwachsenentiteln aufrecht halten. Kinder greifen - wie auch bei den AV-Medien - immer früher auf bisherige Jugendthemen zu, Jugendliche rezipieren immer früher Erwachsenenthemen und -formate. Kinder- und

Jugendbibliotheken sollten auf die zentrale Bedeutung von Computerspielen im Medienalltag reagieren, sollten vermehrt (aktuelle) Spielesoftware in ihre Multimediabestände integrieren. Das Marktangebot ist keineswegs mehr von gewaltverherrlichenden oder sexistischen Titeln geprägt.

Literatur:

- Bischof, Ulrike u. Horst Heidtmann (2000): „Warum sind Film- und Fernsehbücher so erfolgreich? Das Ifak forscht zur Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund“, in: Buch und Bibliothek H. 6/7, 2000, S. 414-417.
- Egmont Ehapa Verlag (Hg.) (2000): Kids Verbraucher Analyse KVA 2000. Junge Zielgruppen 6 bis 17 Jahre, Stuttgart.
- Heidtmann, Horst (1989): „Überlegungen zur Bibliotheksarbeit für Jugendliche“, in: Informationen Jugendliteratur und Medien H. 4, S. 170-179.
- Heidtmann, Horst (1995): "Multimedia für Kids", in: Arbeitskreis für Jugendliteratur (Hg.): Das Buch der Jugend 1995-1996, München 1995, S.4-5.
- Heidtmann, Horst (1996, A): Kinder- und Jugendliteratur multimedial und interaktiv. Multimedia-Anwendungen auf CD-ROM (= Beiträge Jugendliteratur und Medien, 7. Beiheft), Weinheim.
- Heidtmann, Horst (1996, B): "Bibi, Pippi, Benjamin - die Medienfreunde der Kinder. Ergebnisse einer Umfrage an Bibliotheken", in: Buch und Bibliothek H. 6/7, 1996, S.554-556.
- Heidtmann, Horst (2000): „Der Videomarkt für Kinder. Angebote - Nutzung - Perspektiven“, in: Kinder- und Jugendfilmzentrum in Deutschland/StadtBibliothek Köln (Hg.): KiViF special. Die Videothek für Kinder und Jugendliche. Erfahrungen aus einem Modellversuch, Köln 2000, S. 8-13.
- Heidtmann, Horst u. Manfred Nagl (1995): „Nütze die Jugend nicht: sie vergeht!“ Öffentliche Bibliotheken, Jugendkultur und Jugendbibliotheksarbeit“, in: Buch und Bibliothek H. 6, 1995, S. 562-569.
- König, Johann-Günther (1986): Institutionen für fiktive Adressaten. Zur Funktion der Kinder- und Jugendbibliotheken im Kommunikationsprozeß, Bad Honnef.
- Negroponte, Nicholas: Total digital. Die Welt zwischen 0 und 1 oder Die Zukunft der Kommunikation, München 1997 (überarbeitete Taschenbuchausg.)
- Schmitt, Rita (1999): „Angebote für Kinder und Jugendliche in Öffentlichen Bibliotheken. Eine Bestandsaufnahme“, in: Giraffe. Bibliotheken für Kinder und Jugendliche im Blick H. 1, 1999, S. 20-24.