

Medienerziehung im Dialog von Kita und Familie

Kinder schützen und befähigen ■ In jungen Familien sind Smartphones und Tablets heute selbstverständlich: Schon die Jüngsten kommen mit den Geräten in Kontakt. Als früheste Bildungsinstitution muss die Kita – manchem Gegenwind von Eltern und pädagogischen Fachkräften zum Trotz – dieses Thema aufgreifen und sich gemeinsam mit den Familien der Rolle von Medien im Kinderalltag widmen.



Jutta Croll

Vorstandsvorsitzende der Stiftung Digitale Chancen



Theresa Lienau

Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Stiftung Digitale Chancen



Lies van Roessel

Wissenschaftliche Mitarbeiterin der Stiftung Digitale Chancen

Digitale Medien durchdringen unseren Alltag – auch den Kleinsten. Dieser Umstand zeigt sich immer deutlicher in diversen Studien zum Nutzungsverhalten digitaler Medien durch Kita-Kinder. So liegt laut der jährlich durchgeführten Kinderwelten-Studie der Anteil der 3–5-Jährigen, die täglich Fernseher, Smartphone, Tablet und/oder Laptop nutzen, im Jahr 2018 bei 74%. Wenngleich das Leitmedium für diese Altersklasse nach wie vor der Fernseher ist, nimmt auch die Nutzung mobiler Geräte stetig zu: In 58% der Haushalte mit Kindern von 3–5 Jahren ist heute ein Tablet vorhanden, welches auch von jedem vierten Kind genutzt wird. Zum Vergleich: 2015 durften nur 12% der 3–5-Jährigen das Tablet nutzen und auch die Verbreitung lag mit 33% deutlich niedriger. Die Kinderwelten- und ähnliche Studien, wie die vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest durchgeführten mini-KIM- und FIM-Studien zeigen, dass Medien nicht nur immer häufiger und länger, sondern auch immer früher genutzt werden.

Die Alltagswelt der Kinder aufgreifen

Die ständige Präsenz (digitaler) Medien spielt eine große Rolle im Familienalltag und wirkt auch über die Familie hinaus: Wenngleich Kleinkinder mediale Erfahrungen vor allem zu Hause machen, bringen sie diese auch mit in die Kita. Diese sogenannten Medienspuren werden auf unterschiedliche Art und Weise sichtbar. Kinder verarbeiten etwa ihre Medien-Erlebnisse im Spiel und Gespräch und wünschen sich Produkte mit Abbildungen ihrer Helden. So sind Spiderman-T-Shirts und Eiskönigin-Brotrosen in der Kita allgegenwärtig. Erwachsene – Eltern sowie Erzieher/innen – stehen der veränderten Mediennutzung von Kleinkindern oftmals kritisch gegenüber und halten an dem Ideal einer »Bullerbü«-Kindheit fest. Da der Kita als früheste Bildungsinstitution jedoch die wichtige Aufgabe zukommt, den Alltag der Kinder aufzugreifen, darf diese sich den neuen Herausforderungen, die durch Medieneinflüsse entstehen, nicht verwehren. Die Medienerfahrungen der Kinder sollten kein Tabu darstellen, sondern müssen pädagogisch begleitet werden.

» *Kinder verarbeiten etwa ihre Medienerlebnisse im Spiel und Gespräch [...]»*

→ »BEISPIEL«

Ein an das Tablet angeschlossenes Mikroskop lässt die Kinder den Spaziergang im Wald neu erfahren, und eine entsprechende App kann bei der Bestimmung von Pflanzen helfen. Und das Erstellen eines Rezeptes anhand von Fotos erfordert gründliches Überlegen, welche Schritte zum Verständnis und Nachempfinden des Gerichtes notwendig sind. So werden analoge und digitale Inhalte miteinander verknüpft und Medien gezielt als *Werkzeuge* eingesetzt. Die Nutzung von Medien schafft Gesprächsanlässe, sie kann Kinder motivieren und inspirieren und trägt dazu bei, dass die pädagogischen Fachkräfte ihre Praxis an der Lebensrealität der Kinder orientieren. Eine *gezielte* medienpädagogische Begleitung der Kinder ist darauf angelegt, einen selbstbestimmten und gestalterischen Mediengebrauch zu fördern.

Medienpädagogische Begleitung

Hinsichtlich der Gestaltung dieser medienpädagogischen Begleitung bestehen viele Missverständnisse. Im Gegensatz etwa zu der häufig geäußerten Sorge der Eltern muss Medienerziehung in der frühkindlichen Bildung kein »Mehr« an Bildschirmmedien bedeuten. Vielmehr sollten die pädagogischen Fachkräfte gemeinsam mit den Kindern deren Medienerlebnisse besprechen. Statt einer unter dem Begriff »Digitaler Babysitter« kritisierten konsumorientierten Mediennutzung sollten die Kinder außerdem dazu angeregt werden, mit Medien kreativ und gestalterisch tätig zu werden. Um Kinder zu einem eigenverantwortlichen Umgang mit Medien zu befähigen, darf man sie nicht von Medien und medienbezogenen Themen fernhalten und in der Kita einen künstlichen Schonraum schaffen. Stattdessen ist es notwendig, schon in der Kita den Grundstein für einen kritischen, souveränen und kreativ-gestalterischen Umgang mit Medien zu legen. Das schließt das Reden über ihre Medienerfahrungen wie auch – wenn durch ein pädagogisches Ziel begründet – den Einsatz verschiedener Geräte ein. Diese bieten gerade dann einen Mehrwert, wenn ihre Verwendung mit anderen Themenfeldern verknüpft wird.



Abb. 1: Es ist wichtig, bereits in der Kita den Grundstein für einen kritischen, souveränen und kreativ-gestalterischen Umgang mit Medien zu legen. © Ingo Heine Stiftung Ravensburger.

» *Kitas, die medienpädagogische Inhalte in ihre Arbeit integrieren, sind in Deutschland immer noch selten.*«

Medienkompetenz als bildungspolitisches Ziel

Der frühkindliche Bereich ist zunehmend ein Schwerpunkt der deutschen Bildungspolitik. Auf der Kultusministerkonferenz im Jahr 2004 haben die Bundesländer gemeinsam beschlossen, die Bildungsaufgaben für Einrichtungen im Elementarbereich in Bildungsplänen festzulegen. Diese Aufwertung der Kita ist u.a. im Zusammenhang mit den schwachen PISA-Ergebnissen von 2001 zu sehen: Der frühkindliche Bereich rückte in den Fokus als ein geeigneter Ort, um Ungleichheiten bereits vor der Schule zu begegnen. Unsere jüngst durchgeführte Analyse belegt, dass sich alle aktuellen Bildungspläne dem Thema Medien widmen, allerdings mit unterschiedlichen Schwerpunkten und unterschiedlicher Intensität. In manchen Plänen wird der Medienbegriff wenig differenziert eingesetzt, ohne etwa zwischen Bilderbüchern und elektronischen oder digitalen Medien zu unterscheiden. Andere Länder sehen die Vermittlung von Medienkompetenz ausdrücklich vor. Diese

umfasst etwa die Nutzung von Medien als Ausdrucks- und Gestaltungsmittel, den Erwerb kritisch-reflexiver Fähigkeiten sowie die Verarbeitung von medial induzierten Gefühlen. Auf die besonderen Herausforderungen im Umgang mit mobilen Medien gehen die Bildungspläne bislang allenfalls eingeschränkt ein.

» *Der frühkindliche Bereich rückte in den Fokus als ein geeigneter Ort, um Ungleichheiten bereits vor der Schule zu begegnen.*«

Obwohl Medienerziehung in der Kita also bereits seit längerem von der Politik gefordert wird, sieht die Realität in den Einrichtungen in den meisten Fällen ganz anders aus: Kitas, die medienpädagogische Inhalte in ihre Arbeit integrieren, sind in Deutschland immer noch selten.

Eltern und Fachkräften die Sorgen nehmen

Einer der Gründe für die fehlende Verankerung ist der oben genannte »Kita als Schonraum«-Gedanke: Der Gegenwind, der häufig sowohl von Seiten der Eltern als auch der pädagogischen Fachkräfte kommt, verhindert die Umsetzung von Medienerziehung. Darüber hinaus spielen Unsicherheiten der

Erzieher/innen eine große Rolle. Diese fühlen sich im Umgang mit digitalen Geräten oft nicht kompetent genug, um medienpädagogisch souverän agieren zu können. Das auf Geräte fixierte Verständnis von Medienerziehung kann zudem dazu führen, dass fehlende technische Ausstattung als Ausschlusskriterium genannt wird.

Entsprechend sind die – oftmals negativen – Einstellungen von pädagogischen Fachkräften bzw. der Kita-Leitung ausschlaggebend dafür, ob eine Einrichtung medienzieherisch tätig ist oder nicht. In ihrer Skepsis fühlen sich die Erzieher/innen häufig durch die Sorgen und ebenfalls kritischen Haltungen der Eltern bestätigt. Bislang braucht es daher ein sehr hohes persönliches Interesse und Engagement einzelner pädagogischer Fachkräfte oder Kita-Leitungen, um Medienerziehung in einer Einrichtung anzustoßen und voranzutreiben. Gelingende Medienerziehung in der Kita darf aber nicht von der Motivation Einzelner abhängig sein. Um Medienerziehung in der Breite der Einrichtungen zu integrieren, brauchen pädagogische Fachkräfte und Kita-Leitungen Qualifizierung, Unterstützung und Orientierung.

» *Gelingende Medienerziehung in der Kita darf aber nicht von der Motivation Einzelner abhängig sein.*«

Gleichzeitig müssen auch die Eltern einbezogen werden. Medienerziehung in der Kita sollte von Anfang an gemeinsam mit den Familien umgesetzt werden. Zum einen, um den Sorgen der Eltern zu begegnen, die hinsichtlich des Einsatzes digitaler Medien in der Kita aufkommen können. Zum anderen, um die Eltern als Experten für ihre Kinder anzusprechen und sie gleichzeitig für ihre Vorbildrolle zu sensibilisieren. Medienpädagogisch versierte Fachkräfte können den Eltern als Ansprechpartner zur Verfügung stehen.

Diverse Studien und Modellversuche zu medienpädagogischer Arbeit in der Kita heben die besondere Bedeutung der Erziehungspartnerschaft zwischen Kita und Eltern hervor. Die 2016 veröffentlichte Studie »Mobile Medien

in der Familie« stellt z.B. fest: »Aus medienpädagogischer Perspektive erscheint es allerdings dringend notwendig, dort [in Betreuungseinrichtungen vor der Grundschule] Aktivitäten der Medienbildung und Medienerziehung in Zusammenarbeit mit den Eltern systematisch zu integrieren [...]«. Auch Anfang und Demmler sehen in ihrem Artikel »Medienkompetenzförderung in der Kita« (2018) die Eltern in einer wichtigen Rolle und betonen, dass eine frühe Einbeziehung eine wesentliche Gelingensbedingung für die Umsetzung von Medienerziehung in der Kita ist.

Allerdings gibt es noch wenig wissenschaftliche Erkenntnisse darüber, wie dieser Dialog ausformuliert sein soll, etwa welche Formate sich besonders eignen und welche Möglichkeiten der Austausch zu medienerzieherischen Themen bietet. Da außerdem die Haltungen der Eltern zu Medien weit auseinandergehen, ist ein differenzierter Ansatz notwendig, um Eltern mit verschiedenen Hintergründen, Sichtweisen und Bedarfen einzubeziehen und gezielt unterstützen zu können.

» **Medienerziehung in der Kita sollte von Anfang an gemeinsam mit den Familien umgesetzt werden.**«

Diese Fragen anzugehen und Empfehlungen für die Praxis zu formulieren, ist die Aufgabe des 4-jährigen Forschungs- und Praxisprojekts »Medienerziehung im Dialog«, das die Stiftung Digitale Chancen in Kooperation mit der Stiftung Ravensburger Verlag seit April 2018 durchführt. Mittels einer Literaturrecherche, einer Interviewstudie und einer zweijährigen Feldphase, in der Kitas medienpädagogisch begleitet und evaluiert werden, sollen die Gelingensbedingungen für Medienerziehung

im Dialog von Einrichtung und Familie erforscht werden. Darauf basierend werden Handlungsempfehlungen für Fachkräfte und Eltern formuliert, die das Reizthema Medien auf eine konstruktive Weise aufgreifen und zudem die Chance bieten, die Erziehungspartnerschaft zu vertiefen und zu intensivieren.

Fazit

Noch immer ist Medienerziehung in der Kita ein Reizthema, doch auch aus kinderrechtlicher Sicht sollte bereits hier der Grundstein für einen bewussten und souveränen Umgang mit Medien gelegt werden. Eine umfassende frühkindliche Medienerziehung fordert und fördert die Zusammenarbeit zwischen Kita und Familie. Damit dieser Dialog gelingen kann, brauchen pädagogische Fachkräfte und Leitungen Qualifizierung und Orientierung. *Die verwendete Literatur kann bei der Redaktion der KiTa aktuell erfragt werden: redaktion@kita-aktuell.de.* ■

Kita-Leitung leicht gemacht!

Als Kita-Leitung müssen Sie sich neben den pädagogischen Aspekten Ihrer Arbeit auch zunehmend mit **Themen wie Haftungsrecht und Aufsichtspflicht, Personalführung, Qualitätsmanagement sowie effizienter Arbeitsorganisation** auseinandersetzen. Dieses Handbuch ist Ihr zuverlässiger Begleiter im Leitungsalltag und unterstützt Sie in allen Bereichen der Kita-Leitung.

Aus dem Inhalt:

- Rechtliche und wirtschaftliche Grundlagen für die Kita-Leitung
- Personalmanagement, Teamarbeit und Führungstechniken
- Kooperationen, Netzwerkarbeit, Fundraising und Öffentlichkeitsarbeit
- Qualitätsmanagement, Evaluation und Konzeptionsentwicklung



Skalla (Hrsg.)

Handbuch für die Kita-Leitung

Nur Printausgabe

2. Auflage 2017,
656 Seiten, gebunden,
ISBN 978-3-556-07211-0, **59,95 €**

Nur Onlineausgabe

zu bestellen unter www.kita-aktuell.de
Art.-Nr. 07211000, **59,95 €**



Angebot exklusiv für
PREMIUM-Mitglieder
von www.kita-aktuell.de

Print- inkl. Onlineausgabe

59,95 € statt sonst **119,50 €**

SHOP



www.kita-aktuell.de



Wolters Kluwer

Wolters Kluwer Deutschland GmbH ■ Güterstraße 8 ■ 96317 Kronach
Telefon 0800 6644531 ■ Telefax 09261 9694111
www.kita-aktuell.de ■ kita@wolterskluwer.de