

# “I was made in England”

Medienjugend im Vereinigten Königreich – eine Zusammenfassung

**Anmerkungen:**

**1**  
Livingstone, S./Bovill, M.:  
*Young People – New Media*,  
London School of Economics and Political  
Science. (Summary of the  
Research Project: Children,  
Young People and the  
Changing Media  
Environment), o. J.

**Christian Büttner**

**England und das englischsprachige Amerika**

**haben für europäische Jugendliche eine**

**enorme Bedeutung. Die Musikkultur, aber**

**auch die britischen und amerikanischen**

**Computerspiele und Videoclips haben längst**

**schon halb (oder ganz?) Europa „kulturell“**

**kolonisiert. Ist England das europäische**

**Jugendparadies? Ist die Tatsache, dass in**

**Deutschland die meisten Kinder als erste**

**Fremdsprache Englisch lernen, ein Hinweis**

**auf das gelobte Land der Beatles, der**

**Stones und der Elton Johns?**

1997 wurden von Sonia Livingstone und Moira Bovill<sup>1</sup> englische Kinder und Jugendliche sowie deren Eltern und Lehrer zu ihren Mediengewohnheiten befragt. Gleich auf der ersten Seite der Zusammenfassung ihres Berichts wird lapidar festgestellt: Die wesentliche Mehrheit (66 %) der englischen Kinder und Jugendlichen zwischen 7 und 17 Jahren meint, dass es für sie in ihrer unmittelbaren Umgebung keine Freizeitangebote gibt. Drei Viertel der 12- bis 14-Jährigen sind hochgradig unzufrieden mit den Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche außerhalb der eigenen vier Wände, und gar 80 % der 15- bis 17-Jährigen beklagen, dass es außerhalb der Familien keine Möglichkeiten einer Freizeitkultur gibt. Dieses Maß an Unzufriedenheit ist nahezu doppelt so hoch wie das von Jugendlichen in anderen europäischen Ländern (die geringste Unzufriedenheit herrscht übrigens unter spanischen Jugendlichen!).

Den englischen Jugendlichen scheint es also – was die Freizeitmöglichkeiten angeht – eher schlechter zu gehen als vielen Gleichaltrigen in Europa. Vielleicht deshalb geht es ihnen in anderer Hinsicht scheinbar wieder besser: Etwa zwei Drittel der 6- bis 17-Jährigen haben eine eigene Stereoanlage und einen eigenen Fernseher, die meisten verfügen über einen Zugang zu Spielkonsolen, in nahezu allen Haushalten gibt es Videorekorder.

Die Untersuchung von Livingstone und Bovill zum Medienkonsum bringt allerdings keine Ergebnisse zutage, die englische Kinder und Jugendliche als deutlich verschieden zu anderen Jugendlichen Europas erscheinen lassen – bis auf ein paar kleine und interessante Details. Ich werde im Folgenden zunächst einige generelle Aussagen aus dem Bericht wiedergeben, bevor ich auf die Aspekte komme, die ahnen lassen, was im Europäisierungsprozess in puncto Jugendmedienschutz zu erwarten sein könnte.

Zu Beginn also die wenig erstaunliche Tatsache, dass auch englische Kinder und Jugendliche am liebsten draußen mit ihren Freunden spielen bzw. zusammen sein würden. Da dies aber nicht so einfach bzw. befriedigend zu sein scheint, wählen sie als nächste Alternative das Fernsehen, hier also interpretiert als Kompensation der schlechten Freizeitmöglichkeiten. Mit Vorliebe sehen sie einheimische Programme (55 %), was der Popularität britischer Sportvergnügens und britischer Seifenopern zugeschrieben wird.



Zeichnung eines 14-jährigen Mädchens aus der Unterschicht.

Dass englische Kinder und Jugendliche sich einen großen Teil ihrer häuslichen Zeit in ihrem Zimmer verbringen, wo den meisten von ihnen die Medienangebote und die entsprechenden Geräte zur Verfügung stehen, ist ein Phänomen, das sich auch hierzulande längst bemerkbar gemacht hat. Wenn man die Ausstattung der Kinderzimmer betrachtet, ergeben sich folgende signifikante Unterschiede: Den Kindern aus Unterschichten stehen mehr Fernseher zur Verfügung als denen aus der Mittelschicht; ebenso sind die Vergleichsverhältnisse bei Videorekordern und Spielkonsolen.

Auf der Beliebtheitsskala der Medieninhalte rangiert sowohl bei Fernsehprogrammen als auch bei Computerspielen Sport an erster Stelle. Dahinter steht die Auffassung, dass Sportlichkeit bei Gleichaltrigen einen hohen Statuswert hat. Es ist also in erster Linie der Inhalt, der die Medienwahl bestimmt, nicht etwa eine bestimmte Präsentationsform oder mediale Technologie.

Wenn man zwischen Viel- und Wenigsehern unterscheidet, dann ist selbst für Wenigseher das Fernsehen das Anregungs- und Entspannungsmedium.



Zeichnung eines 10-jährigen Jungen aus der Mittelschicht.

Informationstechnologien (Computer, CD-ROM und Internet) werden zwar inzwischen in England auch von Kindern und Jugendlichen genutzt, jedoch sind sie unverhältnismäßig weniger verbreitet als z. B. der Fernseher. Während in den Kinderzimmern der Unterschichtkinder und -jugendlichen mehr Fernseher und Spielkonsolen stehen als bei Kindern der Mittelschicht, verhält es sich mit IT-Geräten genau umgekehrt. Verglichen mit anderen europäischen Ländern haben englische Kinder und Jugendliche geringere Möglichkeiten im Bereich moderner Informationstechnologie: Am besten geht es in dieser Hinsicht den Skandinaviern.

Nicht überraschend: Mädchen scheinen, unabhängig von den Zugangsmöglichkeiten, gegenüber den modernen Informationstechnologien eine größere Ambivalenz als Jungen zu haben. Man hofft, diese Unterschiede in der Schule auszugleichen. Dort sind zwar genügend Geräte vorhanden (88 % der Jugendlichen können in der Schule PCs nutzen gegenüber 48 % zu Hause, immerhin noch 11 % nutzen in der Schule die Zugangsmöglichkeit zum Internet), gleichwohl beklagen Lehrerinnen und Lehrer die mangelnde Unterstützung, beschreiben die Überforderung, die darin liegt, als IT-Spezialisten angesehen zu werden, dafür jedoch zu schlecht ausgebildet worden zu sein.

Die Umfrageergebnisse zur Nutzung von Printmedien zeigen, dass auch die englische Jugend in dieser Hinsicht besser ist als ihr Ruf: Englische Kinder lesen heutzutage nicht weniger als vor der massenhaften Verbreitung des Fernsehens (Vielleiter: eine halbe Stunde pro Tag). Insgesamt gesehen schauen Kinder fünfmal länger fern als dass sie lesen. Eltern bedauern dies in der Regel, und ihre Kinder wissen das. Bei den Jüngsten stehen Comics ganz oben in der Lesegunst, und während die 12- bis 14-Jährigen Zeitschriften favorisieren, nimmt ab dem Alter von 14 Jahren das Interesse an Zeitungen auffallend zu.

Schließlich die Musik: Sie ist – wenig überraschend – das Medium, das mit zunehmendem Alter von Kindern bzw. Jugendlichen eine herausragende Bedeutung bekommt. Der Austausch über Musik und von Musikmedien, die Nutzung der Musik als Kommunikationselement mit Gleichaltrigen und zur Abgrenzung von der Familie war und ist auch bei den englischen Jugendlichen eine der Hauptaktivitäten in der Übergangsphase vom Kind zum Erwachsenen. Dass dies nicht erst seit heute und nicht

nur in Großbritannien so ist, belegt u. a. eine Längsschnittuntersuchung, die bereits in den siebziger Jahren unter schwedischen Jugendlichen durchgeführt wurde. Damals glaubte man allerdings noch, dass die Fernsehlust der Kinder zu manifesten Veränderungen im übrigen Medienverhalten von Jugendlichen führen würde.

Alles in allem sind diese Ergebnisse der Befragung an sich schon interessant. Richtig spannend wird es jedoch, wenn es um die Befragungen der Eltern geht. Die entscheidende Frage ist auch für englische Familien, wie viel Medienkonsum ihrer Kinder *zu viel* ist, besonders dann, wenn die Programmstruktur das Familienleben bestimmt. Die Eltern versuchen darauf einzuwirken, dass ihre Kinder – statt stundenlang vor dem Fernseher zu sitzen – ihre Zeit „sinnvoll“ und mit vielfältigen Aktivitäten verbringen. In den meisten Fällen gelingt ihnen das auch, weil – so die Begründung von Livingstone und Bovill – der größte Teil der Kinder und Jugendlichen aufgrund der Tatsache, dass eine ganze Palette von Medienangeboten zur Verfügung steht, ein differenziertes Medienverhalten entwickelt. Es bleibt eine Minderheit, um die man sich wahrscheinlich wirklich Sorgen machen muss.

Ein Kapitel der Zusammenfassung von Livingstone und Bovill ist der Kinderzimmerkultur gewidmet („bedroom culture“). Während in dem Begriff „bedroom“ eher die Konnotation eines lediglich auf das Schlafen hin angelegten Raumes enthalten ist, meint unser deutsches Wort „Kinderzimmer“ mehr den Aufenthaltsraum (oder in vergangenen Zeiten auch die Strafkammer). Insofern bekommen die Befragungsergebnisse eine besondere Brisanz: Die englischen Kinderschlafzimmer sind mehrheitlich bestens multimedial eingerichtet (zwei von drei Kindern besitzen einen eigenen Fernseher). Unterschiede gehen auf die Höhe des elterlichen Einkommens zurück.

Nur 19 % der Eltern sind davon überzeugt, dass dies so richtig ist, 31 % sind damit nicht zufrieden. Obwohl die meisten englischen Kinder einen derart leichten Zugang zu medialen Produkten haben, verbinden die Eltern damit nur selten die Idee, dass das Fernsehen eine (negative) Wirkung auf ihre Kinder ausüben könnte. Englische Eltern sind nicht übermäßig besorgt, was die Sehgewohnheiten ihrer Kinder angeht (es gibt auch Untersuchungen, die zeigen, dass viele Eltern gar nicht wissen, was sich hinter der verschlossenen Kinderzimmertür