



Jugendmedienschutz aus Sicht der Eltern

Kurzbericht über eine Studie des Zweiten Deutschen Fernsehens

Hamburg, im November 2011

*Uwe Hasebrink, Claudia Lampert,
Hermann-Dieter Schröder und Marius Drosselmeier*

Ansprechpartner:

Gerlinde Schumacher
ZDF-Medienforschung
E-Mail: schumacher.@zdf.de

Prof. Dr. Uwe Hasebrink
Hans-Bredow-Institut
E-Mail: U.Hasebrink@hans-bredow-institut.de

1 Zielsetzung

In der Diskussion über geeignete Wege zur Gewährleistung des Schutzes von Kindern und Jugendlichen vor negativen Einflüssen der Medien spielen die Eltern eine maßgebliche Rolle; viele konkrete Regelungen können nur dann wirksam werden, wenn die Eltern an ihrer Umsetzung im Alltag ihrer Kinder mitwirken. Allerdings ist das Wissen darüber, welchen Schutzbedarf Eltern wahrnehmen und inwieweit sie die Ziele des Jugendmedienschutzes teilen, konkrete Regelungen kennen und entsprechend im Alltag umsetzen, sehr begrenzt. Um diese Lücke zu füllen, hat das ZDF eine Studie zum Jugendmedienschutz aus der Sicht der Eltern durchgeführt, deren Ergebnisse hier kurz zusammengefasst werden. Im August/September 2011 wurden 750 Eltern mit Kindern zwischen drei und 17 Jahren telefonisch befragt (siehe die Angaben zur Methode im Anhang).

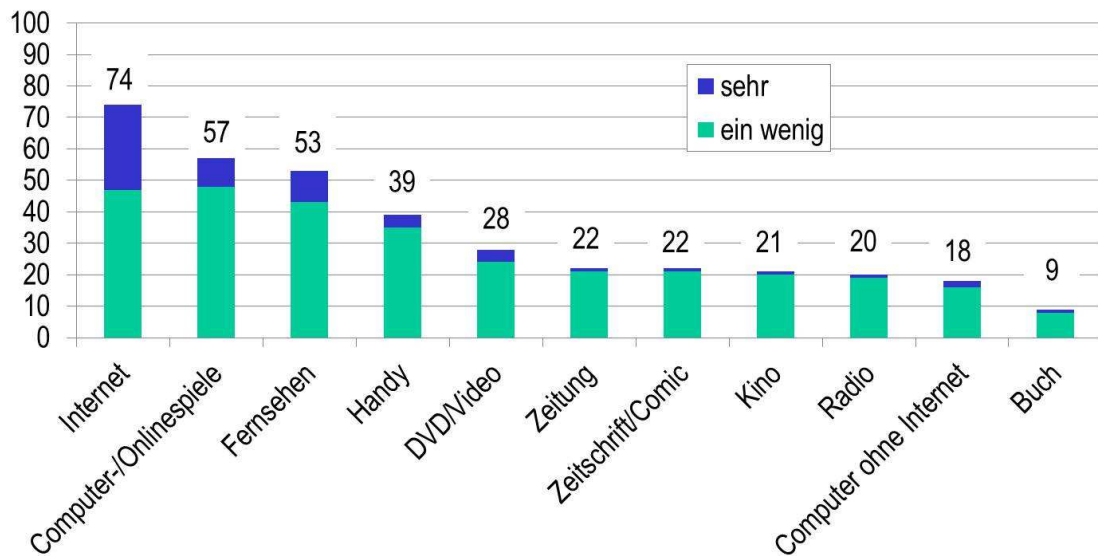
Ziel der Befragung ist ein aktueller und repräsentativer Überblick darüber, welche Risiken und Schutzbedarfe Eltern im Hinblick auf die verschiedenen Medien wahrnehmen und wie sie die verschiedenen Maßnahmen zur Sicherung des Kinder- und Jugendmedienschutzes wahrnehmen und bewerten.

2 Welche medienbezogenen Risiken und Schutzbedarfe nehmen die Eltern von Kindern unterschiedlichen Alters wahr?

Die offene Frage an die Eltern, ob es irgendetwas gibt, das ihnen im Hinblick auf die Mediennutzung ihres Kindes Sorgen macht, verneinen 73 Prozent der Befragten, 27 Prozent nennen einen oder mehrere Anlässe für Sorgen. Besorgniserregend scheint vor allem die Mediennutzung der Zwölf- bis 13-Jährigen zu sein, immerhin 43 Prozent dieser Eltern bejahten die Frage. Wenn sich die Eltern Sorgen machen, dann beziehen sich diese am häufigsten auf das Internet (14%); es folgen Fernsehen (11%) und Computerspiele (4%). Dem Nutzungsverhalten entsprechend zeigt sich mit dem Alter des Kindes eine Verschiebung der Sorgen: Bei den bis zu Neunjährigen überwiegen die fernsehbezogenen Sorgen, ab 10 Jahren stehen internetbezogene Sorgen klar im Vordergrund.

Auf die konkrete Nachfrage, ob sich die Eltern im Hinblick auf den Umgang ihres Kindes mit verschiedenen Einzelmedien Sorgen machen, ergeben sich deutlich höhere Werte (Abbildung 1). So äußern rund drei Viertel der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, diesbezüglich Sorgen; es folgen Computerspiele (58%) und das Fernsehen (53%), dann das Handy (39%). Über die Buchlektüre ihrer Kinder machen sich die Eltern am wenigsten Sorgen.

Abbildung 1: Anteil der Eltern, die sich im Hinblick auf das betreffende Medium Sorgen machen (in Prozent)

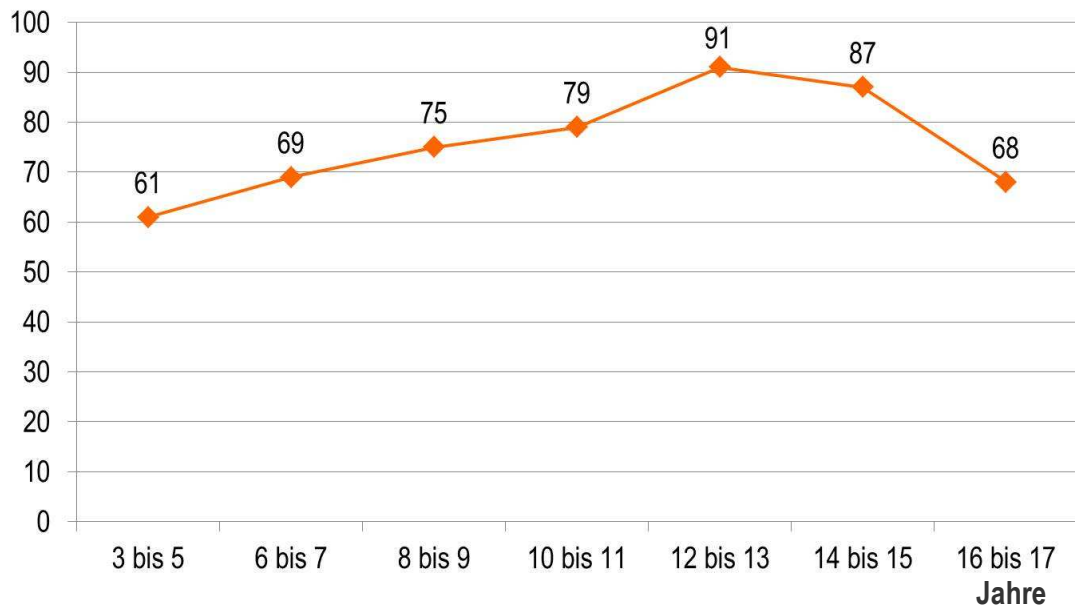


Anmerkung: Basis ist jeweils die Zahl der Eltern, deren Kinder das betreffende Medium mindestens mehrmals pro Monat nutzen; die höchste Fallzahl ist n=700 für das Fernsehen, die niedrigste n=120 für das Kino.

Bezogen auf das Alter ist zu beobachten, dass Sorgen darüber, dass ihr Kind mit den Medien negative Erfahrungen machen könnte, bei den Eltern von Zwölf- bis 13-Jährigen am weitesten verbreitet sind (gut 90%; Abbildung 2). Im Hinblick auf einzelne Medien zeigt sich, dass bei den Eltern von Kindern zwischen drei und 13 Jahren durchgängig rund 60 Prozent fernsehbezogene Sorgen äußern; bei den ab 14-Jährigen lassen diese dann rasch nach. Für Internet und Computerspiele erreichen die Sorgen der Eltern ihren Höhepunkt im Alter zwischen 12 und 15 Jahren: Über 80 Prozent der Eltern von Kindern zwischen 12 und 15 Jahren machen sich Sorgen wegen der Internetnutzung, viele von ihnen sind sehr besorgt. Der Gipfel im Hinblick auf die Computerspiele ist bei den 14- bis 15-Jährigen erreicht.

Bei der Frage nach den konkreten Anlässen für medienbezogene Sorgen nennen die meisten Eltern ein ganzes Bündel; bei immerhin 13 der 16 im Fragebogen vorgegebenen möglichen negativen Angebotsformen sagen mehr als die Hälfte der Eltern, dass sie sich zumindest ein wenig Sorgen darüber machen. Besonders verbreitet sind Sorgen wegen Gewalt, vulgärer Sprache sowie verstörenden oder beängstigenden Inhalten. Aber auch Datenmissbrauch, versteckte Kosten, Aufforderungen zu Handlungen, deren Konsequenzen das Kind noch nicht absehen kann, sexuelle Belästigung und Pornographie. Geht man von diesen konkreten Sorgen der Eltern aus, ergeben sich also für den Jugendmedienschutz sehr viele Anlässe zu handeln.

Abbildung 2: Anteil der Eltern, die sich bei mindestens einem Medium Sorgen machen (in Prozent)



Basis: Alle befragten Eltern, n=750.

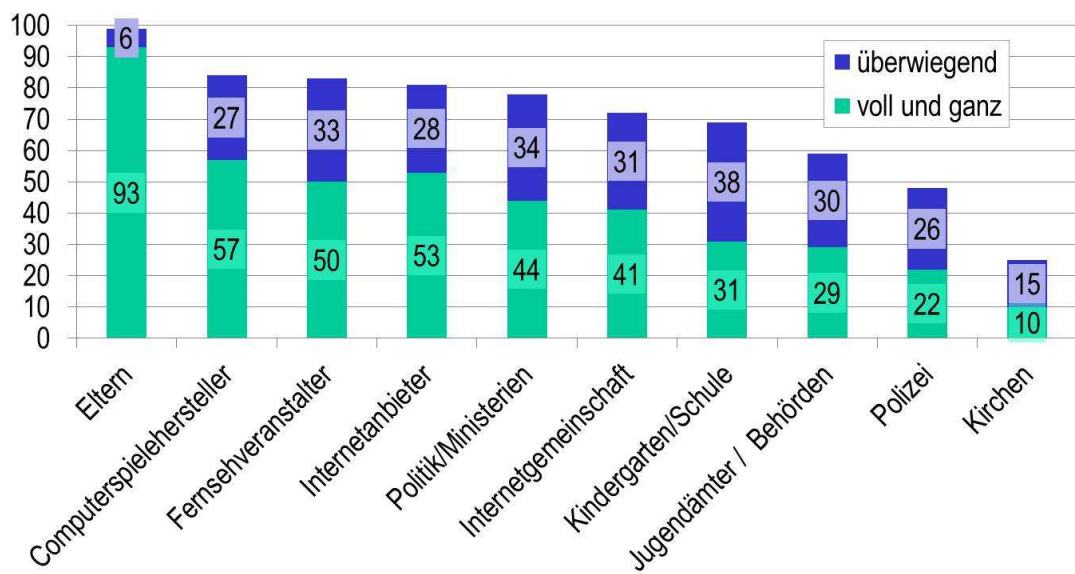
Die angesprochenen Sorgen beruhen auch auf tatsächlichen Erfahrungen. Gut die Hälfte der Eltern gibt an, dass ihr Kind aus ihrer Sicht bereits mit mindestens einem der genannten Bereiche unangenehme Erfahrungen gemacht hat. Dieser Anteil ist bei Drei- bis Fünfjährigen am geringsten – aber immerhin auch schon bei 40 Prozent –, steigt dann kontinuierlich bis zu den Zwölf- bis 15-Jährigen auf gut 60 Prozent und sinkt dann bei den 16- bis 17-Jährigen leicht ab. Mit Werbung, vulgärer Sprache, Gewaltdarstellungen sowie verstörenden/beängstigenden Inhalten stehen dabei klassische Problemfelder des Jugendmedienschutzes an der Spitze. Im Altersverlauf sind unangenehme Erfahrungen mit Werbung und Gewaltdarstellungen auf gleichbleibendem Niveau präsent; Mobbing über Internet oder Handy ist vor allem zwischen 12 und 15 Jahren ein Thema; Handlungen der Kinder, die gegen Gesetze verstoßen, z.B. illegale Downloads oder Beleidigungen nehmen mit dem Alter kontinuierlich zu.

Vor diesem Hintergrund ist es nicht verwunderlich, dass die Frage „Sind Sie insgesamt der Meinung, dass Kinder und Jugendliche im Alter Ihres Kindes vor möglichen negativen Einflüssen der Medien geschützt werden sollten?“ von 93 Prozent der Eltern bejaht wird. Selbst bei den Eltern von 16- bis 17-Jährigen sind noch 83 Prozent dieser Meinung – und die, die diese Haltung nicht teilen, unterstützen sie auf Nachfrage zumindest für jüngere Kinder. Es besteht demnach eine weitgehende Übereinstimmung unter den Eltern in Deutschland, dass es einen Schutzbedarf gibt.

3 Wer ist verantwortlich für den Jugendmedienschutz?

Wenn also einhellig ein Bedarf an Schutzmaßnahmen wahrgenommen wird, stellt sich die Frage, wer für den Schutz von Kindern und Jugendlichen vor negativen Einflüssen der Medien verantwortlich ist. Aus der Sicht der Eltern sind es zunächst sie selbst (Abbildung 3): Fast alle schreiben den Eltern eine Verantwortung für den Jugendmedienschutz zu, die weitaus meisten stimmen dem „voll und ganz“ zu. Doch die Mehrheit der Eltern sieht auch Computerspielerhersteller, Fernsehveranstalter und Internetanbieter, Politik und Ministerien, die Internetgemeinschaft, Kindergärten und Schulen sowie Jugendämter und andere Behörden in der Mitverantwortung.

Abbildung 3: Verantwortlichkeit für den Jugendmedienschutz (in Prozent)



Anmerkung: Aufgeführt ist der Anteil derjenigen, die „voll und ganz“ oder „überwiegend“ zustimmen, dass der betreffende Akteur Verantwortung für den Schutz von Kindern vor negativen Medieneinflüssen trägt. Basis ist die Zahl der Eltern, die einen Bedarf an Jugendschutz wahrnehmen (n=723).

4 Wie denken die Eltern über Maßnahmen des Jugendmedienschutzes?

Die Eltern, die einen Schutzbedarf wahrnehmen, sind sich weitgehend einig darin, dass Jugendmedienschutz Vorrang hat, auch wenn dies für Erwachsene unbequem ist (96% stimmen mindestens überwiegend zu), dass Eltern klare Informationen über mögliche negative Folgen von Medien benötigen (93%) und dass potenziell beeinträchtigende Inhalte nicht frei verfügbar sein sollten (92%). Immerhin drei Viertel empfinden die bestehenden Jugendmedienschutz-Maßnahmen als zu lasch und fordern Verschärfungen; 65 Prozent halten die bestehenden Maßnahmen nicht für effek-

tiv. Für wie wichtig die Eltern ausreichende Medienkompetenz halten, kommt in dem Befund zum Ausdruck, dass drei Viertel der Aussage „Am besten sind Kinder und Jugendliche geschützt, wenn sie ausreichend über Risiken informiert sind und wissen, wie sie sich vorsehen können“ voll und ganz zustimmen; weitere 18 Prozent stimmen ihr überwiegend zu.

Die Eltern wurden im Hinblick auf einige bestehende Maßnahmen des Jugendschutzes gefragt, ob sie diese kennen oder zumindest davon gehört haben. Zu den bekanntesten (jeweils mehr als 90% der Eltern) Maßnahmen gehören die Altersangaben auf DVDs und Spielen sowie die Ankündigungen im Fernsehen, dass eine Sendung für Kinder und Jugendliche nicht geeignet ist. Demgegenüber sind die Sendezeitregelungen im Fernsehen lediglich drei Vierteln der Bevölkerung bekannt. Immerhin rund die Hälfte der Eltern kennen technische Voreinstellungen an Computern oder TV-Geräten, die Abfrage des Geburtsdatums, Jugendschutzprogramme im Onlinebereich, die Vorsperre im digitalen Fernsehen sowie Warnhinweise bei Online-Angeboten. Gut ein Drittel kennt anspruchsvollere Identifizierungsmaßnahmen; gut ein Viertel kennt die Symbole auf Computerspielen, mit denen die Spielinhalte und die Art der möglicherweise belastenden Spielmerkmale angezeigt werden sollen.

Diejenigen Eltern, die die verschiedenen Maßnahmen kennen, nutzen am ehesten die verschiedenen altersbezogenen Orientierungshilfen: Altersangaben bei DVDs und Spielen sowie die entsprechenden Regelungen für das Fernsehen. Unter den wenigen, die die Symbole für Spielinhalte kennen, sind viele, die diese zur Orientierung nutzen. Die diversen technischen Maßnahmen werden demgegenüber seltener genutzt.

Zu den wirksamsten Maßnahmen zählen die Altersangaben auf DVDs, die Sendezeitgrenzen und Ungeeignetheitsansagen im Fernsehen sowie die Altersangaben und Symbole auf Computerspielen, so die Meinung der Eltern, die diese einzelnen Maßnahmen kennen. Als die am wenigsten wirksamen Jugendschutz-Maßnahmen werden die Abfrage des Geburtsdatums und der Personalausweisnummer zur Altersverifikation angesehen.

Die Studie enthielt auch Nachfragen zu konkreten Einzelmaßnahmen, deren Ergebnisse hier nur exemplarisch berichtet werden können. Im Hinblick auf Altersangaben, die ja wie gesehen breit akzeptiert sind, wird zugleich von vielen Eltern (drei Viertel bei Computerspielen, zwei Drittel bei DVDs) zu bedenken gegeben, dass diese Angaben den Reiz für Jüngere erhöhen, sich gezielt Angebote für Ältere zu beschaffen. Mindestens die Hälfte der Eltern kritisieren, die Altersstufen seien zu grob und die Einstufungen seien nicht immer nachvollziehbar. Dass die Einstufungen nicht streng genug seien, wird demgegenüber seltener kritisiert.

Weitgehend unbekannt ist offenbar die so genannte „Parental Guidance“-Regelung, nach der auch unter 12-Jährige in Begleitung ihrer Eltern im Kino Filme ansehen können, die eigentlich erst ab 12 Jahren freigegeben sind. Vier Fünftel der Befragten sagen, dass sie erstmals davon hören; dies ist weitgehend unabhängig vom Alter der Kinder. Weitere neun Prozent haben davon gehört, wissen aber nicht, was sie bedeutet.

Sendezeitgrenzen im Fernsehen spielen aus Sicht der Eltern eine maßgebliche Rolle. Bei den bis zu Elfjährigen stimmen alle Eltern zu, dass sie darauf achten, dass ihr Kind nach einer bestimmten Uhrzeit nicht mehr fernsieht, und auch bei den 16- bis 17-Jährigen sagen dies noch 82 Prozent. Und immerhin fast ein Fünftel stimmt der recht provokant formulierten Aussage zu, dass Sendezeitgrenzen sinnlos seien, weil Kinder sowieso fernsehen, wann sie wollen.

In Anlehnung an die laufende öffentliche Debatte über angemessene Regulierungsformen für das Internet wurden die Eltern auch gefragt, ob sie der Aussage, die Internetgemeinschaft organisiere sich selbst und übe so wirksame Kontrolle aus zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor ungeeigneten Inhalten, zustimmen. Dieser in der derzeitigen Diskussion umstrittene Punkt kann aus Elternsicht so kommentiert werden: Fast die Hälfte (47%) kann nichts dazu sagen; dabei handelt es sich vor allem um die Eltern der jüngsten Kinder. Unter denen, die eine Meinung haben, überwiegen die, die diese Auffassung nicht teilen, die also nicht glauben, dass die Internetgemeinschaft wirksame Kontrolle zum Schutz von Kindern und Jugendlichen ausübt (34% aller Befragten). Nur 19 Prozent stimmen dieser Aussage zu. Dieses Verhältnis zwischen Ablehnung und Zustimmung zieht sich durch alle Altersgruppen. Für die Eltern, die wie oben gesehen einen erheblichen Bedarf an Jugendschutzmaßnahmen wahrnehmen, scheint ein sich weitgehend selbst regulierendes Internet also derzeit noch keine Option darzustellen, um ihre Kinder angemessen vor möglichen negativen Einflüssen zu schützen. Zumindest fehlt es derzeit noch an Wissen darüber, was man sich unter einem solchermaßen selbstregulierten Internet vorstellen kann.

Alle Ergebnisse der Studie werden in Media Perspektiven 1/2012 veröffentlicht werden.

Anhang

Zur Methode

Feldarbeit: ENIGMA GfK Medien- und Marketingforschung GmbH in Wiesbaden

Grundgesamtheit: Familien mit Kindern bzw. Jugendlichen im Alter zwischen drei und 17 Jahren in Telefon-Haushalten in Deutschland.

Stichprobe: Befragt wurde eine Stichprobe von insgesamt $n = 750$ Zielpersonen, quotiert nach Kinder-Jahrgang (15 Jahrgänge). Die Stichprobe wurde per Zufall aus einem repräsentativen Pool von wiederbefragbaren Haushalten mit Kindern in der Altersgruppe selektiert. Pro Jahrgang wurden $n = 50$ Eltern befragt. Die Stichprobe war national repräsentativ für Haushalte mit Kindern in der Altersgruppe angelegt (Quelle: ma Radio Tranche 2011 II).

Zielperson: Der Elternteil, der die meiste Zeit mit dem Kind verbringt und damit am ehesten über die Mediennutzung des für die Befragung im Mittelpunkt stehenden Kindes Bescheid weiß, dessen Umgang mit den Medien einschätzen und damit auch über die Schwierigkeiten und Ängste zum Thema Jugendmedienschutz Auskunft geben kann.

Pro Haushalt wurde nur über ein Kind in der entsprechenden Altersgruppe Auskunft gegeben. Gab es mehrere Kinder im Alter zwischen 3 und 17 Jahren im Haushalt, stand das Kind im Mittelpunkt der Befragung, das als letztes Geburtstag hatte. Um eine exakte Verteilung auf die Altersgruppen zu gewährleisten, wurden die einzelnen Jahrgänge noch zusätzlich quotiert.

Methode: Telefonische computergestützte Interviews (CATI). Um Verständnisschwierigkeiten in der Zielgruppe zu identifizieren, wurde der Fragebogen einem Pretest mit $n = 50$ Interviews unterzogen. Für die Hauptbefragung wurde der Fragebogen anhand der Erkenntnisse des Pretests optimiert. Die Interviewdauer betrug im Durchschnitt 37 Minuten. Die Interviewerinnen und Interviewer wurden speziell auf dieses Projekt geschult. Insgesamt waren 49 Interviewerinnen und Interviewer an der Durchführung der Befragung beteiligt.