

Medienkonsum macht unsportlich?

Claudia Augste, C. Gerhard, P. Schüler

Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Augste, Claudia, C. Gerhard, and P. Schüler. 2014. "Medienkonsum macht unsportlich?"
Sportunterricht 63 (9): 264–67.
<https://www.sportfachbuch.de/pdf/archiv/sportunterricht/2014/Sportunterricht-Ausgabe-September-2014.pdf>.

Nutzungsbedingungen / Terms of use:

licgercopyright

Dieses Dokument wird unter folgenden Bedingungen zur Verfügung gestellt: / This document is made available under these conditions:
Deutsches Urheberrecht
Weitere Informationen finden Sie unter: / For more information see:
<https://www.uni-augsburg.de/de/organisation/bibliothek/publizieren-zitieren-archivieren/publiz/>



Medienkonsum macht unsportlich?

Claudia Augste, Christian Gerhard & Peter Schüler

Neben einer detaillierten Beschreibung des Medienkonsumverhaltens von Siebtklässlern (Dauer, Ausstattung, Art und Motivation) befasst sich die Studie im Wesentlichen mit den Auswirkungen des Medienkonsums auf die motorische Leistungsfähigkeit. Es konnte unter anderem gezeigt werden, dass sich eine hohe Medienkonsumdauer und vorwiegend passive Nutzung negativ auswirken. Auch wurden Unterschiede zwischen den Schultypen bei der Mediennutzung festgestellt.

Does Consuming Media Make You Unathletic?

This study describes in detail the consumption of media by seventh graders (duration, equipment, type and motivation) and focuses on the effects of media consumption on the motoric level of performance. In addition to other aspects the authors report that a long duration of media consumption and its mainly passive use show negative effects. They also discovered differences in the students' use of media among the types of schools.

Smartphone, Tablet und Internet sind Zeugen einer neuen Generation von Medien, die sich in der Gesellschaft verankern wie nie zuvor. Die Aktivitäten von Kindern und Jugendlichen wandeln sich im Zuge dessen ebenfalls. Allein Internet, Videospiele und Fernsehen nehmen laut JIM-Studie 2012 bei Jugendlichen in der Summe durchschnittlich 298 Minuten eines Werktages ein (vgl. Feierabend, Rathgeb & Karg, 2012). Der Zusammenhang zwischen Medienkonsum und motorischer Leistungsfähigkeit wird oftmals als erwiesen betrachtet. Medien werden in diesem Bezug zumeist als elektronische Bildschirmmedien aufgefasst. Doch macht Fernsehen und Videospiele wirklich unsportlich? Beschränkt man sich auf die Betrachtung der wenigen empirischen Ergebnisse dazu, ist dieser kausale Zusammenhang weniger eindeutig als allgemein angenommen. So stellt beispielsweise Bünemann (2008) heraus, dass zwischen Medienkonsum und sportlicher Aktivität kein Zusammenhang besteht. Dagegen bestätigen die deutschlandweite KiGGS-Studie (Lampert, Sygusch & Schlack, 2007) sowie eine Metaanalyse von Marshall, Biddle, Gorely, Cameron und Murdey (2004) einen negativen Zusammenhang zwischen Fernsehen, Computer oder Videospiele mit körperlicher Aktivität und Fettleibigkeit. Ein Aspekt, der in diesem Zusammenhang nicht vernachlässigt werden sollte, ist die unterschiedliche Art der Medienbenutzung bei Kindern und Jugendlichen (Feierabend, Rathgeb & Karg, 2011). In Bezug auf die motorische Leistungsfähigkeit zeigt sich, dass nicht nur der Ausprägungsgrad, sondern durchaus auch die Art des Medienkonsums eine Rolle spielt (Laubscher, 2008; Podlich & Kleine, 2000).

Ausgehend von der bisherigen Befundlage soll in der vorliegenden Studie untersucht werden, ob ein Zusammenhang zwischen der Dauer und Art des Medienkonsums, den sportlichen Aktivitäten und den motorischen Fähigkeiten der Heranwachsenden besteht.

Methodisches Vorgehen

In einer Querschnittsanalyse wurden an mehreren Schulen in Augsburg das Medienkonsumverhalten, das Sportverhalten und die motorische Leistungsfähigkeit untersucht. Die geschichtete Stichprobe setzte sich aus

6 Klassen der 7. Jahrgangsstufe zusammen. Dabei wurden für jeden Schultyp (Mittelschule, Realschule, Gymnasium) aufgrund der Geschlechtertrennung im Sportunterricht jeweils eine Jungen- und eine Mädchenklasse untersucht. Die Stichprobe (s. Tab. 1) entsprach dabei annähernd der Verteilung der Schüler in Bayern bezüglich Geschlecht und Schultart.

Zur Erfassung der sportmotorischen Leistungsfähigkeit wurde der Deutsche Motorik-Test (DMT 6-18) (Bös, 2009) eingesetzt. Dieser besteht aus den Testaufgaben „20m-Sprint“, „Balancieren rückwärts“, „Seitliches Hin- und Herspringen“, „Sit-ups“, „Liegestütz“, „Standweitsprung“, „Rumpfbeuge“ und einem „6-Minuten-Lauf“. Der verwendete Fragebogen zur Erfassung des Medienkonsumverhaltens und der körperlich-sportlichen Aktivität wurde speziell für die Untersuchung entwickelt. Zur Einschätzung des komplexen Konstrukts „Medienkonsumverhalten“ wurde der Fragebogen der KIM-Studie (Feierabend et al., 2011) um einige Faktoren, wie z. B. die Motivation, ergänzt. Die Erfassung der körperlich-sportlichen Aktivität erfolgte in Anlehnung an den Fragebogen aus dem Motorik-Modul der KiGGS-Studie nach Bös, Opper, Oberger, Worth & Kurth (2008). Um die Güte des Fragebogens zusätzlich abzusichern, wurden stichprobenartig Tagebücher an die Schüler ausgegeben. In diesen sollten sie eine Woche lang die aufgewendete Zeit für Internet, TV, elektronische Bildschirmmedien zum Spielen und Lernen und die Zeit, die sie für Sport aufwenden, eintragen. Nach anschließendem Vergleich der Tagebuchdaten mit den Angaben zur Selbsteinschätzung im Fragebogen stellte sich heraus, dass die Tagebuchdaten in der Regel niedriger lagen. Der Abstand zwischen Tagebuch- und Fragebogenangabe war jedoch bei allen Schülern relativ konstant und die Korrelation zwischen beiden Angaben war sowohl werktags als auch am Wochenende hoch signifikant. Zur weiteren Analyse wurden die leicht überschätzenden Fragebogendaten herangezogen.

Ergebnisse der Untersuchung

Dauer des Medienkonsums

Die durchschnittliche tägliche Medienkonsumdauer der Schüler der 7. Jahrgangsstufe nimmt mit 5 Stunden und 45 Minuten einen sehr großen Teil ihrer Freizeit ein. Die Kategorien Internet und TV stellen dabei den größten Part, aber auch das Spielen erreicht einen hohen Anteil am alltäglichen Geschehen (s. Abb. 1). Dabei nutzen die weiblichen Probanden das Internet hochsignifikant länger als die männlichen ($p = 0,006$). Dagegen zeigt sich, dass der männliche Teil der Stichprobe hochsignifikant mehr spielt ($p < 0,001$). Auch der Schultypenvergleich liefert bedeutende Erkenntnisse. Die Gymnasiasten bringen mit $3\frac{1}{2}$ Stunden täglich im Durchschnitt nur in etwa die Hälfte der Medienkonsumzeit der Realschüler mit 7 Stunden und der Mittelschüler mit $7\frac{1}{2}$ Stunden auf (s. Tab. 1). Diese Unterschiede zum Gymnasium sind hochsignifikant ($p < 0,001$) und könnten vielleicht auf unterschiedliche Elternhäuser und deren Einstellung zu exzessivem Medienkonsum zurückzuführen sein. Aus den Tagebüchern geht hervor, dass Gymna-

siasten in ihrer Freizeit insgesamt eine größere Anzahl an verschiedenen Aktivitäten ausführen. An dieser Stelle sollte jedoch kritisch angemerkt werden,

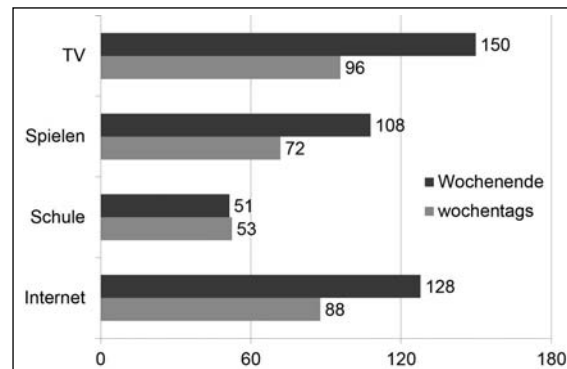


Abb. 1: Dauer des Medienkonsums in Kategorien täglich durchschnittlich in Minuten.

Tab.1: Verteilung der Stichprobe hinsichtlich Geschlecht, Schultyp, Übergewicht (nach der BMI-Norm von Kromeyer-Hauschild et al., 2001), Sportaktivität und Medienkonsum

Schultyp	männlich		weiblich		gesamt		Über-gewicht	Sport-verein	tägl. Medien-konsum
	N	%	N	%	N	%			
Gymnasium	25	20,5	22	18,0	47	38,5	8,5	74,5	3:31
Realschule	26	21,3	22	18,0	48	39,3	22,9	50,0	6:56
Mittelschule	18	14,8	9	7,4	27	22,2	26,9	48,1	7:32
gesamt	69	56,6	53	43,4	122	100	18,2	59,0	5:45

dass der extreme Unterschied zwischen den Schultypen auch etwas davon beeinflusst sein könnte, dass sich Gymnasiasten in ihrer Zeiteinteilung besser einschätzen können als Mittel- und Realschüler. Dies kann auch teilweise durch die Tagebucheinträge bestätigt werden.

Bei den Beweggründen bzw. Motivationen ist nicht weiter verwunderlich, dass Spaß an der gewählten Medienkonsumaktivität die größte Rolle spielt. Was aber durchaus ein wenig überrascht, ist die Tatsache, dass soziale Faktoren und Entspannung die zweit- und dritthäufigst genannten Gründe sind, Medien zu konsumieren. Denn das passt nicht in das häufig überzeichnete, typische Bild eines isolierten „Medienjunkies“. Möglicherweise spiegelt dies eine gegenwärtige Entwicklung in der Medienlandschaft wider. Viele neuartige Medien sind darauf ausgelegt, zusammen mit Freunden oder Familie genutzt zu werden. Dem Beachtung schenkend ist es nicht mehr so verwunderlich, dass naheliegende Motivationen wie „Highscores knacken“ nicht so häufig angegeben wurden.

Medienausstattung

Bei der Betrachtung der Medienausstattung ist zu beachten, dass die Ausstattung in den Haushalten stark vom eigenen Besitz der Schüler abweicht. Das heißt, dass der Zugang zu manchen Geräten von den Eltern



Dr. Claudia Augste

ist Akademische Rätin an der Universität Augsburg, an der sie auch promovierte und zum Thema motorische Leistungsfähigkeit von Kindern und Jugendlichen habilitierte.

Institut für Sportwissenschaft
Universität Augsburg
Universitätsstr. 3
86159 Augsburg
Tel. 0821-598 2814,
Fax 0821-598 2828

claudia.augste@sport.uni-augsburg.de



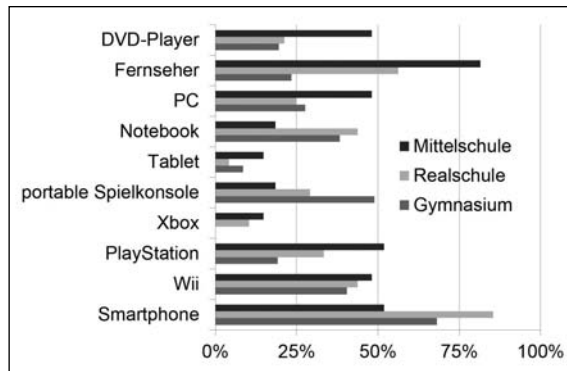
Christian Gerhard

studierte Mathematik und Sport auf gymnasiales Lehramt. In seiner Zulassungsarbeit beschäftigte er sich mit dem Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen.

Universität Augsburg
Universitätsstr. 3
86159 Augsburg

christiangerhard1988@gmail.com

geregelt werden kann, wohingegen dieser im eigenen Zimmer zumeist selbstbestimmt erfolgt. Generell ist die Ausstattung mit elektronischen Bildschirmmedien allgemein sehr hoch und vielseitig. Gymnasiasten haben allerdings insgesamt weniger Zugang zu Geräten als Real- oder Mittelschüler ($p = 0,028$) (s. Abb.2).



Der Unterschied ist dennoch nicht so eindeutig wie bei der Medienkonsumdauer. 71% der Probanden besitzen ein eigenes Smartphone. Dies zeigt den permanenten Zugang zu Medien im Tagesverlauf der heutigen Generation.

Art des Medienkonsums

Hinsichtlich der Art des Medienkonsums zeigt sich eine vielseitige Nutzung der unterschiedlichen Medien. Nach wie vor bevorzugen die Schüler den Fernseher zum Sehen von Serien und Filmen. Beim Spielen an elektronischen Bildschirmmedien dominiert das Genre „Action“, was angesichts des Ergebnisses, dass hauptsächlich männliche Testpersonen spielen, nicht allzu sehr verwundert. Die vorwiegende Nutzung des Internets für soziale Netzwerke entspricht dem Zeitgeist. Sehr bedenklich ist die ausgeprägte Nutzung von in dieser Altersgruppe verbotenen Egoshooterspielen, bei denen aus der Ich-Perspektive mit Schusswaffen Gegner bekämpft werden.

Zusammenhang zwischen Medienkonsum und sportmotorischer Leistungsfähigkeit

Bezüglich der Dauer des Medienkonsums und der sportmotorischen Leistungsfähigkeit fand sich ein signifikant negativer Zusammenhang. Je länger also Medien konsumiert werden, desto geringer ist die Ausprägung der motorischen Fähigkeiten ($p = 0,034$).

Im Einklang mit dem aktuellen Forschungsstand zeigte sich auch in unserer Studie der Body-Mass-Index (BMI) als Einflussfaktor auf die motorischen Fähigkeiten ($p < 0,001$). Interessanterweise lässt sich aber kein Zusam-

menhang zwischen BMI und der Dauer des Medienkonsums nachweisen ($p = 0,702$). Somit darf der Medienkonsum nicht darauf reduziert werden, dass er nur indirekt über den BMI negativ auf die motorische Leistungsfähigkeit wirkt.

Zur Klärung der Fragestellung, ob sich die motorische Leistungsfähigkeit bezüglich der Art des Medienkonsums unterscheidet, wurden Gruppen von Medienkonsumtypen danach gebildet, ob der Medienkonsum eher aktiv oder passiv erfolgt:

aktiv: Personen, die beim Konsumieren von elektronischen Bildschirmmedien fortwährend aktiv handelnd in das Bildschirmgeschehen eingreifen.

passiv: Personen, die beim Konsumieren von elektronischen Bildschirmmedien vornehmlich passiv das Bildschirmgeschehen beobachten, ohne fortwährend Einfluss darauf zu nehmen.

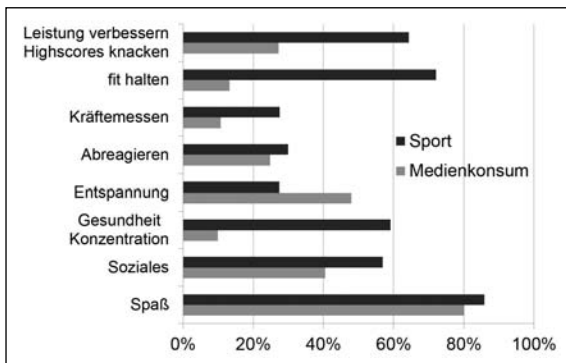
Bei fast gleicher Medienkonsumdauer schnitt die Gruppe, die Medien aktiv nutzt, im DMT signifikant besser ab als die passiven Mediennutzer ($p = 0,032$). Demnach hat nicht nur die Dauer des Medienkonsums einen Einfluss auf die motorische Leistungsfähigkeit, sondern offenkundig auch die Art des Medienkonsums. Bei der ergänzenden Betrachtung, ob interaktive Spiele und Konsolen sich positiv auf die motorische Leistungsfähigkeit auswirken, zeigte sich kein Einfluss auf die Leistung im DMT.

Ein Zusammenhang zwischen der Motivation, Medien zu konsumieren, und der Motivation, sich sportlich zu betätigen, war weit von einer signifikanten Korrelation entfernt ($p = 0,481$). Allgemein kann man also nicht behaupten, dass Kinder, die gerne Sport treiben, auch gerne Medien konsumieren oder anders herum. Beim Vergleich der Motive ergaben sich allerdings teilweise signifikante Zusammenhänge. Es existiert eine große Schnittmenge zwischen den Beweggründen von Medienkonsum und Sporttreiben (s. Abb.3). So wurde beispielsweise festgestellt, dass ein hoch signifikanter Zusammenhang zwischen dem Beweggrund „Abreagieren“ durch Sporttreiben und Medienkonsum besteht ($p < 0,001$).

Der Gedanke, dass die Ursachen beider Verhaltensweisen teilweise gleich sind, führt zu einem ambivalenten Verhältnis. Einerseits kann man in dieser Beziehung die Möglichkeit sehen, Kinder und Jugendliche durch Medienkonsum zum Sporttreiben zu motivieren. Andererseits besteht aber auch die Gefahr, dass der Bedarf an Sport schon durch das Konsumieren von Medien gedeckt wird.

Ergänzend geht aus der Untersuchung hervor, dass unterschiedliche Motivationsarten bestimmte Formen des Medienkonsums bedingen. So nutzen beispielsweise Kinder und Jugendliche, die ihre Konzentration

Abb. 2: Eigener Gerätebesitz der Schüler in Prozent.



verbessern wollen, hoch signifikant häufiger Logikspiele als der Durchschnitt oder solche, die sich abreagieren wollen, hochsignifikant häufiger Egoshooterspiele.

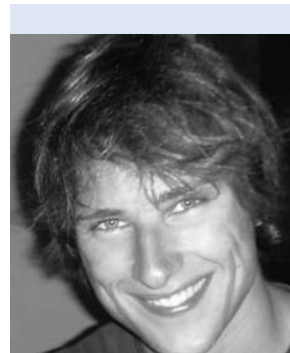
Fazit

Wie sich zeigt, ist der Medienkonsum bei Jugendlichen sehr umfassend und vielfältig und reduziert bei hoher Nutzung die motorische Leistungsfähigkeit. Dass dabei exzessive Mediennutzung vor allem bei Jugendlichen mit geringerem Bildungsniveau auftritt, konnte unsere Studie eindrucksvoll unterstreichen. Aber auch die Tatsache, dass über 70% ein Smartphone besitzen, bestätigt, dass die Medien fest im Alltag der Schüler verankert sind und diesen im wesentlichen Maß beeinflussen. Dieser hohe Anteil der Medien an der Lebenswelt sollte nicht unbedingt verteufelt, sondern als Teil der modernen Gesellschaft akzeptiert werden. Vielmehr sollte nach Wegen und Lösungen gesucht werden, im Sinne der motorischen Leistungsfähigkeit damit konstruktiv umzugehen. So bietet auch die Erkenntnis, dass sich die Art des Medienkonsums auf die motorische Leistungsfähigkeit auswirkt, Chancen und Gefahren für den Sportunterricht. So muss das erklärte Ziel sein, die Sport- und Medienwelt nicht als isolierte Klassen nebeneinander stehen zu lassen, sondern eine Verknüpfung dieser herzustellen. Dies wird vor allem gestützt durch die Erkenntnis, dass sich die Motive von Medienkonsum und Sporttreiben überschneiden. Das heißt, Inhalte aus den Medien können im Schulsport Eingang finden, beispielsweise durch an Videospielen angelehnte Spiele (Super-Mario-Kart-Imita-

tion durch Rollbrettparcours). Auch Apps können sinnvoll genutzt werden, um Sport im Alltag der Kinder zu fördern. Hierzu können Empfehlungen für besonders gute Sportapps gegeben und von eventuell sinnlosen oder gesundheitsschädigenden Apps abgeraten werden. Auch Sportvideos im Internet können für Kinder und Jugendliche einen Anreiz schaffen, sich auch nach der Schule über Sportarten zu informieren und zur Eigenrealisation anzuregen. Beispielsweise hat der Trendsport „le Parkour“ hauptsächlich über das Internet seine Verbreitung gefunden.

Literatur

- Bös, K., Opper, E., Oberger, J., Worth, A. & Kurth, B.-M. (Hrsg.). (2008). *Motorische Leistungsfähigkeit und Gesundheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Ergebnisse des Motorik-Moduls*. Hamburg: Czwalina.
- Bös, K. (2009). *Deutscher Motorik-Test 6-18. (DMT 6-18)*. Hamburg: Czwalina.
- Bünemann, A. (2008). *Energiebilanzrelevante Lebensstile von Heranwachsenden. Ein multivariater Erklärungsansatz für Übergewicht und Adipositas im Kindes- und Jugendalter*. München: Grin.
- Feierabend, S., Rathgeb, T. & Karg, U. (2011). *KIM-Studie 2010. Kinder + Medien, Computer + Internet; Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Feierabend, S., Rathgeb, T. & Karg, U. (2012). *JIM 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland*. Stuttgart: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.
- Lampert, T., Sygusch, R. & Schlack, R. (2007). Nutzung elektronischer Medien im Jugendalter. Ergebnisse des Kinder- und Jugendgesundheits surveys (KiGGS). *Bundesgesundheitsblatt – Gesundheitsforschung – Gesundheitsschutz*, 50 (5/6), 643-652.
- Laubscher, F. (2008). *Untersuchung zu Zusammenhängen zwischen Medienkonsum, sportlicher Aktivität und körperlicher Leistungsfähigkeit von Schülern im Alter von 10-12 Jahren*. München: Grin.
- Kromeyer-Hauschild, K., Wabitsch, M., Kunze, D., Geller, F., Geiß, H., Hesse, V., Hebebrand, J. (2001). *Perzentile für den Body-Mass-Index für das Kindes- und Jugendalter unter Heranziehung verschiedener deutscher Stichproben*. *Monatsschrift Kinderheilkunde*, 149, 807-818.
- Marshall, S., Biddle, S., Gorely, T., Cameron, N. & Murdey, I. (2004). *Relationships between media use, body fatness and physical activity in children and youth: a meta-analysis*. London: Macmillan.
- Podlich, C. & Kleine, W. (2000). *Medien- und Bewegungsverhalten von Kindern im Widerstreit. Eine Zeitbudgetstudie an Grundschulkindern*. Aachen: Meyer & Meyer.



Peter Schüler

studierte Mathematik und Sport auf gymnasiales Lehramt. In seiner Zulassungsarbeit beschäftigte er sich mit dem Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen.

Universität Augsburg
Universitätsstr. 3
86159 Augsburg

ps2pez@yahoo.de

Abb. 3: Motive der Schüler für das Sporttreiben und den Medienkonsum.

Fairplay
Sporthandel

Inhaber: Sven Lange

Fitness &
Gymnastik

Schulsport &
Leichtathletik

Turngeräte &
Musikanlagen

Turnmatten &
Gymnastikmatten

adidas · Airex · BOSU · Eurotramp · Flexi-Bar · Flowin · Gibbon · Gymstick · IWA · Reichel · Reebok · Spieth · Thera-Band · TOGU

Leibstr. 12 · 72768 Reutlingen · Tel. (0) 71 21 / 30 45 941 · Fax: (0) 71 21 / 30 45 939 · info@fairplay-sporthandel.de · www.fairplay-sporthandel.de