

Qualitative Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen

„Medienpädagogische Forschung sieht sich heute mit einer Fülle aufeinander bezogener komplexer Prozesse in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen konfrontiert, die sie forschungslogisch und methodisch angemessen erfassen muss, um die Bedeutung von Medien im Kinder- und Jugendalltag verstehen zu können“ (S. 7). Mit diesen Worten beginnt das vorliegende Buch. Die beiden Herausgeber umschreiben damit recht gut das Problemfeld, dem die insgesamt zwölf Beiträge gewidmet sind. Neben theoretischen Beiträgen zur Methodologie der sogenannten qualitativen Kinder- und Jugend-Medienforschung werden einzelne Methoden wie Kinderzeichnungen, Handpuppen-Interviews, das laute Denken u. a. vorgestellt. Es bleibt aber nicht bei einer Darstellung der Methoden, sondern anhand ihrer Anwendung werden die Möglichkeiten und Grenzen diskutiert.

Unter den Autoren besteht weitgehende Einigkeit darüber, dass sich die komplexen Prozesse, in die die kindliche und jugendliche Mediennutzung und -aneignung eingebettet sind, nur interdisziplinär angemessen erforschen lassen. Das kann u. a. mit dem Verfahren der Triangulation angestrebt werden. Damit ist gemeint, dass verschiedene Perspektiven auf den Gegenstand der Forschung und verschiedene Methoden miteinander verbunden werden. Damit wird es möglich, „unterschiedliche Aspekte eines Problems zu berücksichtigen“ (S. 21), wie Ingrid Paus-Haase feststellt. Am Beispiel einer Untersuchung zu Medienhelden der Kinder führt

sie vor, wie so ein Vorhaben praktisch realisiert wird. Bernd Schorb und Helga Theunert plädieren in ihrem Beitrag für ein „kontextuelles Verstehen der Medienaneignung“ von Kindern. Unter Medienaneignung verstehen sie „den komplexen Prozess der Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung von Medien aus der Sicht der Subjekte unter Einbezug ihrer – auch medialen – Lebenskontexte“ (S. 35). Kontextuelles Verstehen meint nun, dass die Medienaneignung von Kindern nur verstanden werden kann, wenn „prinzipiell der gesamte Lebenskontext der Individuen in die Untersuchung“ einbezogen wird (S. 37).

Wie schwierig dieses Unterfangen ist, wird in den Beiträgen deutlich, die sich mit einzelnen Methoden und einzelnen Untersuchungen befassen. Da Kinder Medieninhalte anders wahrnehmen als Erwachsene, muss man vorsichtig und reflexiv mit den Äußerungen von Kindern umgehen, egal mit welcher Methode sie erhoben wurden. Besonders deutlich wird dies in den Beiträgen von Norbert Neuß zu Kinderzeichnungen als Erhebungsinstrument und von Claudia Lampert zu Interviews mit Vorschulkindern zur Fernsehwerbung. Während Neuß zeigen kann, dass Kinderzeichnungen erst dann angemessen interpretiert werden können, wenn dabei die Kinder selbst kommunikativ einbezogen werden, wird bei Lampert deutlich, wie differenziert selbst Vorschulkinder mit Fernsehwerbung umgehen und wie sehr sie sich darin auch untereinander unterscheiden. Vorschnelle Verallgemeinerungen seitens der Forscher sind daher nicht angebracht. Am Beispiel der 5-jährigen Tanja kann Lampert zeigen, dass das

Mädchen „die Intention von Werbung nicht verstanden hat, aber bemüht ist, sich die kritische Haltung der Eltern gegenüber Werbung anzueignen und umzusetzen“ (S. 125). Wie sehr Erwachsene dazu neigen, nicht nur die kindlichen Einstellungen zu dominieren, sondern auch im Forschungsprozess selbst ihre eigenen Kenntnisse den Kindern aufzudrücken, zeigt sich in einem zitierten Interviewausschnitt mit Tanja. Das Mädchen geht davon aus, dass ein Trailer für die *Sendung mit der Maus* noch als Werbung zum Werbeblock gehört. Erst durch die Nachfrage des Interviewers: „Ist das immer noch 'ne Werbung?“ lässt sich Tanja verunsichern und klassifiziert den Trailer dann als „kleinen Film“.

Wie sehr Kinder in ihren Selbstäußerungen über Medien von Erwachsenen dominiert werden, zeigt sich auch im Beitrag von Daniel Süß über ein Projekt mit Vorschulkindern in Zürich. Er stellt fest: „In Beobachtungen von Erzählsituationen mit Bilderbüchern im Kindergarten und aus den Befragungen der Kindergartenrätinnen wurde deutlich, dass Assoziationen der Kinder mit Figuren und Themen aus Massenmedien von den Kindergartenrätinnen meist ignoriert oder abgelehnt werden. Die Vorschulkinder reagieren insbesondere auf klassische und unkonventionelle Bilderbücher oft nicht in der von den Autorinnen und Autoren oder den Erzählerinnen und Erzählern intendierten Weise, sondern interpretieren Figuren und Handlungen in einer oppositionellen Leseweise im Kontext ihrer alltäglichen Medienerfahrungen“ (S. 109). Vor diesem Hintergrund gewinnt der Beitrag von Hans-Dieter Kübler, der sich mit „Grenzen



Ingrid Paus-Haase/ Bernd Schorb (Hrsg.): *Qualitative Kinder- und Jugend-Medienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch.* München 2000: KoPäd Verlag. 19,80 Euro (39,00 DM), 239 Seiten m. Tab.

und Aporien der Medienrezeptionsforschung bei und mit Kindern“ befasst, besondere Bedeutung. Er weist nicht nur hin auf Instrumentalisierung der erhobenen Daten im Sinne der Auftraggeber, seien es nun öffentlich-rechtliche oder private Fernsehanbieter, Landesmedienanstalten, Werbezeiten-Vermarkter, sondern er setzt sich dezidiert mit der sozialen Dominanz der Erwachsenen in der Forschung auseinander. So stellt er beispielsweise das „Konstrukt Alter“ (S. 69) in Frage, das ja gerade auch im Jugendschutz von Bedeutung ist. Kübler hebt hervor, dass sich Entwicklungsstufen nicht allein anhand von Altersgruppen einordnen lassen, sondern dass „Entwicklung, Sozialisation und Lernen sich gegenseitig bedingen, die einen ohne die anderen Prozesse nicht gelingen“ (ebd.). Das trifft nicht nur im allgemeinen Lebenskontext auf die Kinder zu, sondern auch auf den Medienumgang. „Kinder lernen täglich durch und mit den Medien – unabhängig von der jeweiligen Bewertung dieser Prozesse –, sie machen täglich selbst Erfahrungen und Empfindungen mit Medien, entwickeln sich dadurch, und entsprechend lassen sich Medieninflüsse nicht mehr ausschließlich nach abstrakten Alterskategorien konstruieren, vielmehr müssen diese Erfahrungen und Lernprozesse analytisch berücksichtigt werden“ (S. 70). Denn das Alter sagt bei Kindern über die Entwicklung immer weniger aus. Die Dominanz der Erwachsenen zeigt sich auch in den theoretischen Kategorien, mit denen die kindliche Medienaneignung erforscht wird. So hinterfragt Kübler auch das Schlagwort von der Medienkindheit und bemängelt, dass es dafür keinerlei empirische Belege gibt.

Eigentlich sollten die geeigneten (erwachsenen) Leser zunächst den Beitrag von Kübler lesen, weil sie dann alle anderen Aufsätze in diesem Buch durch dessen reflektierte Brille sehen und überdenken können. Dann wird u. a. deutlich, wie sehr der Ansatz des kontextuellen Verstehens der Medienaneignung von Kindern, wie Schorb und Theunert ihn darstellen, von der Definitionsmacht Erwachsener geleitet wird – trotz aller gut gemeinten Intention, auf die Subjektivität der Kinder eingehen zu wollen. In vielen Beiträgen fällt auf, dass die Autorinnen und Autoren von einer subjektiven, inneren Welt der Kinder ausgehen, die sie als authentisch ansehen. Der Forschungsprozess zielt dann nur noch darauf ab, dies vermeintlich authentische Selbst der Kinder offen zu legen. Ist aber damit nicht eine romantische Vorstellung von Kindheit verbunden, weil die Vorstellung des authentischen Selbst, das die Erwachsenen in Post- oder Spätmoderne schon selbst nicht mehr haben, auf die Kinder projiziert wird? Insgesamt bietet der Band eine anregende Lektüre, weil er zum Nachdenken über die teilweise nicht hinterfragten (Vor-)Urteile über kindliche Medienwelten und Lebensumstände einlädt. Zugleich bietet er einen guten Blick auf die Methoden der qualitativen Kinder- und Jugend-Medienforschung und zeigt im besten Sinn, wie komplex tatsächlich die Zusammenhänge zwischen Medien- und Lebenswelten der Kinder und Jugendlichen sind.

Lothar Mikos

Prognosemodelle zur Vorhersage der Fernsehnutzung

Wer hätte schon mit hoher mathematischer Sicherheit vorhersagen können, dass eine Verlegung der Sat.1-Sportsendung *ran* von samstags 18.30 Uhr auf 20.15 Uhr die Zuschauerzahlen nicht nur reduzieren, sondern nach drei Ausstrahlungen praktisch halbieren würde? Dieser drastische Verlust an Publikum ist sicher ein spektakuläres Beispiel für Zuschauerverhalten. Es illustriert jedoch deutlich die Unwägbarkeiten in der Vorhersage des Zuschauerhaltens. Wie nun lassen sich Zuschauerentscheidungen unabhängig von den Erfahrungswerten und Bauchgefühlen der Programmplaner in den TV-Sendern vorhersagen? Der Sozialwissenschaftler René Weber nähert sich dem Problem der Zuschauerprognosen in seiner Untersuchung mit mathematischen bzw. statistischen Modellen. Dazu zieht er Verfahren heran, die in den Wirtschaftswissenschaften beispielsweise für die Vorhersage der Aktienkurse schon seit längerer Zeit im Einsatz sind. Weber untersucht drei bzw. vier Verfahren in Bezug auf ihre Verlässlichkeit, Reichweiten im Fernsehen zu prognostizieren. In seinem ambitionierten Unterfangen arbeitet er Variablen heraus, die zu einer Vorhersage von Zuschauerverhalten im Fernsehen sinnvoll sein können, und testet diese dann mit den Verfahren neuronale Netze, Tree-Modelle, Klassische Statistik bzw. Hybrid-Modelle. Ganz explizit richtet Weber sich in der Einleitung an einen Leserkreis, „der an Fragestellungen der Kommunikations- bzw. Fernsehforschung interessiert ist“ (S. 5). Um einen größeren Leserkreis erreichen zu können, ste-