

IX MEDIENPÄDAGOGIK

KINDER - WELT - BILDER

Eine Sammelrezension

Die hier vorzustellenden drei Titel befassen sich auf verschiedenen Wegen und mit unterschiedlichem Ertrag mit der Struktur kindlicher Erfahrungsmöglichkeiten und dem Platz der Medien darin. Jede der Veröffentlichungen macht auf ihre Weise sichtbar, welches ein komplexes Forschungsfeld hier zu bearbeiten ist, und jede arbeitet daran, die allenthalben bemerkbaren großen Desiderate zu beseitigen.

Jürgen Barthelmes: Kindliche Weltbilder und Medien. Eine Literaturanalyse zur Mediensozialisation.- München: DJI Verlag Deutsches Jugendinstitut 1987, 82 S., Preis nicht mitgeteilt

Eine Studie über kindliche Weltbilder und Medien kann beim gegenwärtigen Stand der Forschung eher Desiderate aufzeigen als Ergebnisse präsentieren. Die Begriffe "Mediensozialisation" und "kindliche Weltbilder" führen geradewegs in kaum erst erschlossene Gebiete. Und wenn "auf die Ergebnisse von Entwicklungspsychologen wie Piaget u.a. nur marginal eingegangen (wird), da in deren Arbeiten die Medien nicht explizit berücksichtigt werden" (S. 5), mag die Orientierungslosigkeit noch größer werden, hätte man doch hier wenigstens ein wenig Boden unter den Füßen, nicht was "Weltbilder", wohl aber was symbolische Verarbeitungsweisen von "Realität" durch Kinder angeht. Am Anfang schon und im Verlauf des Buches wird deutlich und immer deutlicher, daß Versuche überfällig sind, die die Sozialisation auf Mediensozialisation beziehen und umgekehrt. Und glücklicherweise gibt es Ansätze dazu. Barthelmes nennt u.a. Arbeiten von Sturm, Hengst, Bonfadelli und Bachmair. Allerdings wäre es wünschenswert, wenigstens den Versuch zu machen, Sturms rezeptionsorientierte Forschungen zu psychischen Kapazitäten, Hengsts medienpragmatische Befunde zur historischen Kindheit, Bonfadellis handlungstheoretische Forschungen zum gruppenspezifischen und individuellen Umgang mit den Medien und Bachmairs psychodiagnostische Spurensuche symbolischer Verarbeitungsprozesse aufeinander zu beziehen und voneinander abzugrenzen. Nimmt man die Arbeiten Prokops, Küblers, Harry Pross', Rogges und der amerikanischen "formative-studies"-Literatur und schließlich die von Neil Postman hinzu, die ebenfalls in diesem Buch vertreten sind, hat man ein Spektrum verschiedener Ansätze mit verschiedenen Reichweiten, verschiedenen Zielen, verschiedenen Methoden und mit völlig verschiedenen Voraussetzungen. "Medienkompetenz" heißt etwas völlig anderes bei Rice/Huston/Wright als bei Hengst, "symbolische Verarbeitung" etwas anderes bei Bachmair als bei Sturm. Natürlich weiß Barthelmes das. Aber er sollte es auch seine Leser deutlicher wissen lassen, als es im 1. Teil des Buches (I. Textteil) geschieht. Erst im 2. Teil (II. Literaturteil) werden die Einzelbeiträge jeder für sich nach Inhalten, Konzeptionen und Ergebnissen präzise beschrieben. Aber dort stehen sie in alphabetischer Reihenfolge ohne Bezug aufeinander.

Und noch etwas zur Auswahl der besprochenen Arbeiten. "Die Literaturrecherche zu dieser Dokumentation erfolgt anhand des Literaturspeichers des Informationszentrums Sozialwissenschaften in Bonn", (S. 6) verringert nach dem Kanon von Stichworten, die die Dokumentation zugrundelegt. Man könnte sich fragen, warum nicht auch Arbeiten von Lorey, Müntefering, Mohrhof (um einige "Macher" zu nennen, die sich im Untersuchungszeitraum auch zum Thema geäußert haben), de Haen und Faulstich aufgenommen wurden. M.E. liegt in diesen Veröffentlichungen mehr Diskussionsstoff als in der amerikanischen formativen Forschung.

Soweit einige kritische Bemerkungen, die nicht möglich gewesen wären, wenn Barthelmes nicht ein anregendes und lesenswertes Buch gemacht hätte, das im 2. Teil präzise Referate der 28 Aufsätze und Monographien und im 1. Teil detaillierte thematische Überlegungen bietet. "Heutige Kindheit = Medienkindheit?", "Kindliche Weltbilder und Medien", "Veränderter Kinderalltag und Mediensozialisation" und ähnliche Fragestellungen erschließen die vorgestellte Literatur. Die Ausführungen Barthelmes' dazu sind hilfreich und führen weiter, haben mich aber auch (s.o.) zu ungeduldigen Fragen veranlaßt. Die Zeit der Überblicke, so lehrt uns das Buch, ist vorbei. Gefordert ist, Forschung auf der Handlungsebene der Kinder anzusetzen und genau zu beobachten, ohne vorschnell zu verallgemeinern. Auch solche Arbeiten referiert und bespricht das Buch. Man wird sehen, welche Ansätze sich durchsetzen. Ganz sicher erreicht das Buch, was Barthelmes als Hoffnung formuliert: Hier wird "der interessierten Fachöffentlichkeit eine wertvolle Hilfe und Informationsquelle" angeboten. Das läßt sich von der folgenden Arbeit leider nicht behaupten:

Marcus Schmidt: Kinderwerbung in Kinderzeitschriften. Eine Inhaltsanalyse der Werbebotschaften in drei ausgewählten Titeln.- Frankfurt, Bern, New York, Paris: Peter Lang 1987 (Europäische Hochschulschriften Reihe XXII Soziologie, Bd. 147), 268 S., sFr 69,-

Der Autor hat sich vorgenommen, Werbebotschaften in Kinderzeitschriften zu analysieren und deren Wirkungen auf Kinder abzuschätzen. Eine interessante Aufgabe. Sie wird hier nicht zum ersten Mal angefaßt, aber immerhin: Von einem Autor, dessen Studienschwerpunkte mit "Werbung, Marketing, Internationales Management, Soziologie der Kommunikation" angegeben werden, darf man eine Darstellung erwarten, bei der Werbepaxis und wissenschaftliche Aufarbeitung neue Perspektiven ergeben.

Daß diese Erwartungen enttäuscht werden, hat viele Gründe. Einige von denen, die man in einer öffentlichen Textsorte, wie die Rezension eine ist, aussprechen darf (und muß) sind:

- Der Autor hat es sich in den Kopf gesetzt, "die Wahrscheinlichkeit der mehrfach erwähnten Erweiterung des kindlichen Symbolschatzes als Resultat der massenkommunikativen Interaktion der Kinderwerbung zu untermauern" (S. 234).
- Der Autor wagt sich auf ein heikles Feld der Semiologie, nämlich das der Symbolforschung, wobei ihn wissenschaftsgeschichtlich ganz verschiedene Ansprüche derart strapazieren, daß ihm nichts als eine orientierungslose Kompilation übrig bleibt.

- Der Autor wagt sich auf das genauso heikle Feld der Sozialisationsforschung, ohne dabei die Anregungen der Forschung zum Alltag, zur Schichtenproblematik, zur gruppen- und schichtenspezifischen Nutzung von Medien, zur Dialektik von gesellschaftlichem und kindlich-individuellem Symbolhaushalt auch nur zu erwägen.

- Schließlich hat der Autor als Spezialist für die "Soziologie der Kommunikation" nicht einmal eine Basisvorstellung massenkommunikativer Prozesse, wie man sie in den von Schramm, Faulstich oder Prokop herausgegebenen Bänden nun schon klassisch formuliert findet. Diese Standards dürften nicht unberücksichtigt bleiben. Daran ändert auch die Tatsache nichts, daß der Autor massenkommunikative Austauschprozesse als "Interaktion" bezeichnet.

Stattdessen wird die Darstellung überstrahlt von dem wissenschaftlich nicht brauchbaren, weil unspezifischen Attribut der "Autonomie" des Kindes: "Dieses Verständnis der Sozialisation gleichermaßen als Folge und als Basis der Autonomie, und die daraus abgeleitete Wertschätzung der Autonomie als spezifisch menschliches Charakteristikum ist auch im Rahmen des hier behandelten Themas von fundamentaler Bedeutung. Der in der Literatur vorherrschende, in den beispielhaften Zitaten dieser Arbeit deutlich werdende Tenor der vermuteten negativen Wirkung der Werbebotschaften auf sie rezipierende Kinder muß als Negierung dieses Phänomens der Autonomie interpretiert werden. Er folgt damit einer grundsätzlichen Einschätzung der Gesellschaft als das Individuum formende und normende Instanz." (S. 234)

Ich will mich auf eine weitere Analyse des Gangs der Handlung nicht einlassen, mein Staunen über die Literatúrauswahl, den Eklektizismus, den Umgang mit (alternativen) wissenschaftlichen Ansätzen und die manchmal an den Grenzen zur Satire schrammende Darstellung nicht explizieren. Dies sind im Grunde auch nicht mehr Bereiche, die den Autor betreffen, dem ich die Ernsthaftigkeit, etwas akzeptables Neues zu bringen, nicht abspreche, dessen Empirieteil (S. 89-155) und dessen 'Darstellung und Interpretation der Untersuchungsergebnisse' (S. 156-219) ich auch sehr brauchbar finde; dies geht an den betreuenden Verlag und an alle, die dieses Buch jemals für die Veröffentlichung begutachtet haben. Dem Verlag (Peter Lang: Frankfurt, Bern, New York, Paris!) in erster Linie ist die Gleichgültigkeit gegenüber dem wissenschaftlichen Profil der Medienwissenschaft vorzuhalten. In diesem Sinne sollte eine überarbeitete zweite Auflage des Buches schleunigst folgen, denn das Thema: Symbolverschlüsselung in Werbebotschaften und Symbolverstehen von Kindern ist höchst interessant und wartet auf Bearbeitung auch durch Praktiker. Thematisch also hat Schmidt einen guten Griff getan, aber, wie gesagt, die Aufarbeitung stimmt noch nicht.

Wie schwierig, aber auch wie ertragreich es sein kann, sich mit wissenschaftlicher Akribie den Lebensbereichen der Kinder zu nähern, das belegen:

**Jan-Uwe Rogge und Klaus Jensen: Lernen Helfen Fleißigsein. Kinder-
medien und Kinderkultur in der DDR.- Köln: Verlag Wissenschaft und
Politik 1987, 283 S., DM 28,-**

"Solange man aber die Bedingungen des Medienverhaltens nicht vor dem Hintergrund der Gesamtheit kindlicher Alltagserfahrungen sieht, solange müssen Diskussionen auch in der DDR über die pädagogische Behandlung der Medienrezeption folgenlos bleiben." Dies schreiben Rogge und Jensen im Schlußkapitel ihres Buches (S. 267). Mir fiel dabei unwillkürlich der kleine Hanno Buddenbrook ein, der seine Nachmittage und Abende am Klavier verspielt und verträumt und den anderen Morgen mit Waschen im kalten Zimmer, Frühstück im Stehen und der Alpträum-Schule als andere Welt empfindet. Thomas Mann gibt uns kapitelweise Anschauung und Einblick von und in Hannos Medienverhalten. Und hier kommen wir - im literarischen Beispiel - einmal dem nahe, was Alltagserfahrung wirklich heißt. Sie geht ja nicht auf im zeitlichen Durchgang durch die wie immer vorstrukturierten Alltagssituationen, sondern sie ist auch und wesentlich deren Sediment: Ablagerungen, fertige und unfertige Bilder, Problemlösungsschemata, Handlungsentwürfe und Kenntnisse aller Art. Wie auch immer man Alltagserfahrungen auffaßt: mehr als Bezugsgrund unseres Handelns, der auch diskursisch noch reflektiert werden kann oder mehr als Lebensgrund "hinter unserem Rücken": Die methodische Not, etwas Schlüssiges über Alltagserfahrungen von Kindern in dieser Ebene zu erfahren, ist evident, wenn man nicht die Möglichkeit hat, im Umgang mit ihnen "verstehend" zu arbeiten. Und dies ist auch nach Abschluß des Kulturabkommens mit der DDR nicht zu machen.

Die Autoren tun gut daran, ihre Zielvorstellungen trotzdem nicht aufzugeben. Vorsichtig analysieren sie ihr Material: Fernsehen, Film Theater (Claudia Oefinger-Balders), Presse, Schallplatten und Kassetten für Kinder, den Hörfunk für Kinder und schließlich Kinderspielzeug als gesellschaftliche Phänomene mit Indikatorwert oder als kulturhistorische Symbolformen. Es ist spannend, in den einzelnen Kapiteln, aber auch in den flankierenden Theorieteilen am Anfang und am Schluß des Buches vermittelt zu bekommen, daß und wie die Medien Träger und Indikatoren vielfältiger Widersprüche und Brüche im gesellschaftlichen Leben sind. Sie sind Instrumente der Partei und insofern intentional, rigide und besserwischerisch, real aber sind sie Mittel, ja geradezu die Voraussetzung für "subjektive Kontraproduktionen" der Kinder und Jugendlichen, die sich durch Medienwahl und Mediennutzung emotionale Erlebnisse und eigenständige Erfahrung erwirtschaften: "Medien nehmen hier einen zentralen Raum ein - nicht die vorproduzierten, sondern die angeeigneten." (S. 262) Zum Material gehören auch Äußerungen von Kindern und Jugendlichen über ihre Tagesabläufe und zum "Medienalltag", die die Autoren "aus einer Vielzahl von Materialien zusammengestellt" haben (S. 274, Anm. 30). In diesen oft kargen und dadurch sehr beredten Berichten der Kinder sind die Autoren am ehesten in der Schicht von "Alltag", die ihnen programmatisch vorschwebt.

Die Spannung, die man beim Lesen des Buches hat, rührt auch daher, daß man stets Vergleiche zur eigenen Gesellschaft anstellt. Wenn man als Ergebnis liest, daß "der medienbezogene Umgang, den die Kinder (in der DDR) praktizieren, (...) viel mit Emotionalität zu tun" hat und daß "Besonderheiten des medienbezogenen Handelns" von DDR-Kindern "die Vorliebe für action, Spannung und Klamauk; Inhalte und Helden

als Möglichkeiten zur Flucht und Identifikation; die Ablehnung von Bildung und Reglementierung; Fernsehsituationen als Orte des Rückzugs mit hoher emotionaler Bedeutung, als Orte der Selbstvergessenheit, Entstrukturierung und Regression; die zeitliche Routine und das räumliche Ritual des Medienumgangs" sind (S. 266), drängen sich die Parallelen zu Nutzungsmustern in der Bundesrepublik (und in der Schweiz) geradezu auf. Das gesellschaftliche Handlungsfeld, das diese Mediennutzung in der DDR umgreift, ist gekennzeichnet durch "intensive Planung", "genaue Zeitorganisation" und "Aufdringlichkeit der medial, kulturell und pädagogisch inszenierten Realität" (S. 261). Weist ähnliches Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen bei uns darauf hin, daß die heranwachsende Generation ihren Alltag bei aller vordergründigen Verschiedenheit ähnlich empfindet? Das Buch ist voll von solchen Anregungen, denen die Autoren aus verständlichen Gründen nicht nachgehen können. Sie lösen damit eine Forderung ein, die sie im Einleitungskapitel als methodische Maxime so formulieren: "Das Projekt berührt die Medienforschung ebenso wie die vergleichende Kulturforschung, die Erziehungswissenschaften ebenso wie die Sozialisationsforschung oder sozialpsychologische Fragestellung." (S. 13) Auf die Schwierigkeiten, in diesem Ensemble von Forschung dem Kinderalltag und der Mediennutzung als einer Möglichkeit des Umgangs mit symbolisierter und symbolisierender Realität auf die Spur zu kommen, habe ich oben hingewiesen.

Kaum noch nötig zu sagen, daß das Buch fleißig, materialreich, methodisch sauber, vorsichtig in der Deutung, mit einem Wort: lesenswert ist.

Hans Dieter Erlinger