

## Medienpädagogik

### **Gabriele Fischer: Fernseh motive und Fernsehkonsum von Kindern. Eine qualitative Untersuchung zum Fernsehalltag von Kindern im Alter von 8 bis 11 Jahren**

München: Reinhard Fischer 2000, 244 S., ISBN 3-88927-268-1, DM 39,-

Die Studie entstand als wissenschaftliche Arbeit am Institut für Kommunikationswissenschaft der Ludwig-Maximilians-Universität in München, finanziert durch Super RTL. Es wird untersucht, welche Fernseh motive Kinder haben und wie sich ihr Fernsehkonsum beschreiben lässt. Dabei wird der quantitative Fernsehkonsum (Fernsehdauer, Fernsehzeiten) und der qualitative Fernsehkonsum (Selektion und Präferenz bestimmter Inhalte) erfasst. Bei den Fernsehmotiven werden extrinsische von intrinsischen Motiven unterschieden, wobei erstere z. B. das Fernsehen aus Langeweile, letztere das Fernsehen als Suche nach handlungsleitenden Themen in präferierten Sendungen meint. Es geht der Autorin darum, den Zusammenhang zwischen Fernsehmotiven, Fernsehkonsum und den sozialen Rahmenbedingungen im Alltag der Kinder aufzuzeigen.

Dazu wählte sie einen Mehr-Methoden-Ansatz, der vier Phasen umfasst. Neun Kinder und ihre Mütter wurden in Einzelinterviews befragt. Die Kinder führten während zwei Wochen ein Tagebuch zum Fernsehen und anderen Aspekten des Tagesablaufs, die Autorin schaute mit den Kindern zusammen fern (teilnehmende Beobachtung und Gespräch) und untersuchte die Programmpräferenzen und Nutzungsformen durch „selektives Fernsehen“ zusammen mit den Kindern, d. h. durch ein Gespräch anhand von ausgewählten Videosequenzen. Die Ergebnisse werden zuerst in Form von Einzelfalldarstellungen der neun Kinder und ihres sozialen Umfeldes präsentiert. Anschließend werden übergreifende Strukturen herausgearbeitet. Die Portraits sind sehr anschaulich und zeigen die komplexen Zusammenhänge auf, die im Einzelfall zwischen Fernsehmotiven und Fernsehkonsum bestehen (z. B. der ungünstige Einfluss von beengten Wohnverhältnissen, Freundeskreis in weiter Entfernung, geringem Anregungsmilieu durch Eltern). So wird deutlich, dass die Präferenzen der Kinder durch zahlreiche Gründe im effektiven Nutzungsverhalten möglicherweise gar nicht zum Tragen kommen, z. B. weil das Kind oft mit einem jüngeren Geschwister gemeinsam fernsieht und die Eltern dann strengere Regeln anwenden, was geschaut werden darf und was nicht. Andere Beispiele zeigen, dass die Eltern oft ihre bevorzugten Programme sehen und die Kinder sich dazusetzen, da sie sonst keine attraktiven Freizeitalternativen sehen oder weil sie primär Wert darauf legen, mit der Familie zusammen zu sein. Kinder konsumieren also nicht selten Sendungen, die sie gar nicht mögen, weil andere die Programmwahl treffen oder die Fernsehzeiten so eingrenzen, dass die

bevorzugten Sendungen nicht gesehen werden können. Interessant ist auch die Feststellung, dass viele der befragten Kinder nicht fernsehen wollen, wenn sie wütend oder traurig sind.

Obwohl die Autorin selbst betont, dass das qualitative Design mit der geringen Fallzahl keine repräsentativen Aussagen erlaube, versucht sie in der Zusammenfassung ihrer Einzelfallanalysen zu Verallgemeinerungen zu kommen wie zum Beispiel: „Fernsehen aufgrund extrinsischer Motive geht normalerweise mit einer passiven Rezeptionsweise einher. Kommen intrinsische Motive hinzu, kann die Rezeptionsweise auch aktiv werden.“ (S.217) Darin werden die Grenzen des Ansatzes deutlich, denn das „normalerweise“ bezieht sich hier eben nur auf die neun Fälle der Studie und nicht auf die Grundgesamtheit der 8- bis 11jährigen Kinder. Die Autorin bemüht sich daher, wo immer möglich, ihre Ergebnisse mit den Befunden anderer Studien, auch von quantitativen Surveys, zu vergleichen. Auf jeden Fall ist die Studie ergiebig als Ausgangspunkt für die Hypothesenbildung und -prüfung mit größeren Stichproben und/oder quantitativen Methoden. So könnte die bereits in der Studie angestrebte methodische Auffächerung noch weitergeführt werden.

Daniel Süss (Zürich)