

**Walter Klingler, Jo Groebel: Kinder und Medien 1990.
Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission unter Mitarbeit von
Imme Horn und Karen Schönenberg**

Baden-Baden: Nomos 1994 (Schriftenreihe Media Perspektiven 13), 273 S.,
DM 48,-, ISBN 3-7890-3276-X

Die vorliegende Studie zeigt, wieviel man zum Zusammenhang „Kinder und Medien“ ermitteln kann. Sie zeigt gleichzeitig, wo die Grenzen quantitativer Forschung liegen, und sie weist eindrücklich auf die Defizite hin, die Forschungen zum Feld „Kinder und Medien“ unter neuen Perspektiven nahelegen.

Die Studie geht von den beiden Hauptvoraussetzungen aus, daß Fernsehen nach wie vor Leitmedium der heutigen „Medienkinder“ ist, und daß Kinder zwar kaum mehr, aber anders fernsehen als früher: „Stark verändert hat sich allerdings die Struktur der Programmauswahl sowie die Art und Weise, wie Kinder

fernsehen: Ähnlich dem Sehverhalten der Erwachsenen wird auch bei Kindern das Hin- und Herschalten zwischen den Programmen immer beliebter. Dies hat zur Folge, daß Sendungen immer bruchstückhafter gesehen werden und die Nutzung sich über ein immer breiteres Spektrum von Sendungen und Sparten erstreckt. Damit verstärkt sich aber auch die Tendenz, daß Kinder sich zunehmend und in immer früheren Altersstufen in Erwachsenenprogramme einschalten“ (S.5).

Die Studie stellt ihr methodisches Vorgehen und ihre Ergebnisse in acht Kapiteln dar. Sie hat zunächst einmal drei Ziele: „Feststellung der grundlegenden Strukturen des kindlichen Medienverhaltens“, „Erfassung der Veränderungen seit 1979“ und „Vergleich des Medienverhaltens in Ost- und Westdeutschland“ (S.16).

Eingebettet ist der Umgang mit Medien in die „Rahmenbedingungen des Alltags“ (S.22): Familienkonstellationen, Haushaltsbudgets oder Wohnsituationen. Dazu gehört auch das Verhalten der Eltern ihren Kindern gegenüber: Spielen Sie mit ihnen? Wie schätzen Sie Kindersendungen ein? Bevorzugen Sie englische Pop-Musik? usw. Eine bekannte Einstellung der Erwachsenen wird dabei bestätigt: Eltern befürworten für ihre Kinder Bücherlesen und Radiohören. Über 90 % aller Eltern befürwortet, daß die Kinder mit der Familie zusammen sind, daß sie mit den Eltern Ausflüge machen, daß sie sich mit Freunden treffen, draußen spielen und ihr Zimmer aufräumen und über 80 %, daß sie malen und basteln; mehrheitlich meinen sie, daß sie mit dem Kind gemeinsam entscheiden, welche Sendung es ansieht, und daß sie sich vorher genau informieren, „welche Kindersendungen im Fernsehen angeboten werden“ (S.48).

Eltern machen hier kontrafaktisch zur beobachtbaren Realität ein Stereotypenwissen über Kinder und Erziehung geltend. Das mag damit zusammenhängen, daß der 'Sinn' von Fernsehen normalerweise als Unterhaltung verstanden wird und daß es noch immer nicht als schicklich gilt, sich dazu zu bekennen. Diese Schizophrenie und nicht die „vor allem in Westdeutschland feststellbare fernsehkritische Einstellung“ (S.51) der Eltern dem Fernsehen ihrer Kinder gegenüber ist es, die sich hier m.E. artikuliert.

Kommen wir zu den Kindern. Was tun sie am häufigsten und am liebsten? Spielen, Hausaufgaben machen, Fernsehen, das sind die Favoriten, wobei bei den Ostdeutschen das Fernsehen ganz vorne steht. Es ist die leichte Ware, die sie bevorzugen: Zeichentrick, Action, Familienserien, Tierfilme, Knight Rider - in dieser Präferenzhierarchie. Und auch hier trifft man auf die gleiche Schizophrenie: „Mehrheitlich geben Kinder nämlich auf die Frage 'Was ist Deiner Ansicht nach für Kinder besser - viel oder wenig fernsehen?' als Antwort 'wenig fernsehen' an“ (S.69). Sollte es tatsächlich richtig sein, daß diese selbstbewußten Wesen, die für Mode, Freizeit und Konsum ihren Kurs eisenhart verfolgen, „ein recht distanziertes Verhältnis zum Medium“ (S.69), an den Tag legen? Zeigen die Kinder nicht vielmehr eine große Souveränität im Umgang mit Befragungs-

reizen, wenn sie zu 48 % zu Protokoll geben, fernsehen schade der Gesundheit, sei schlecht für die Augen und bereite Kopfschmerzen (S.70)?

Meine kritischen Bemerkungen sollen Ergebnisse und Ertrag der Studie nicht in Frage stellen. Wer sich über Genrevorlieben, Seh- und Zuwendzahlen, Familienkonstellationen, inhaltliche Programm-Präferenzen und vieles mehr informieren möchte, findet hier eine ergiebige Quelle. Die Studie räumt ein, daß sie nur „grobe Nutzungs- und Präferenzmuster“ abbilden und „individuelle Wahrnehmungs-, Verarbeitungs- und Wirkungsprozesse [...] nur begrenzt erfassen“ könne (S.16), aber verschiebt sie nicht das Problem, wenn sie die psychische Repräsentanz der Medien dem Bereich der individuellen Unerreichbarkeit zuschlägt? Wie ambivalent das Fernsehen auch von Kindern in ihre 'Sinnbezirke' eingebaut wird, sollte oben deutlich geworden sein. Hier und bei der (methodisch notwendigen) Ausklammerung dessen, was das Fernsehen zum symbolischen Kosmos der Kinder in unserer Kultur beiträgt, kommt die quantitative Methode für mein Verständnis an eine schmerzlich spürbare Grenze.

Wie man weiter forschen könnte, macht die Studie selbst an der Stelle deutlich, an der sie über „Erlebnisbedürfnisse: eine Basistypologie für Fernsehpräferenzen“ spricht. Hier werden die Genrepräferenzen der Kinder daraufhin befragt, welche Funktionen sie für den psychischen Haushalt von Kindern haben. Jungen haben, so ist bekannt, mehr Interesse an Action, Mädchen bevorzugen „soziale Erlebnisse“ (S.139). Der Bereich der 'Nutzung' ist überschritten, wenn konstatiert wird, daß „Kinder mit höherer Reizsuche-Tendenz [...] im Fernsehen besonders schnell und intensiv eine Befriedigung ihrer Bedürfnisse“ finden (S.141).

Wenn man dem weiter nachfragt, kommt man unabweisbar zum Zusammenhang „Kinder und Medien“, der das Fernsehen als Leitmedium nicht so in den Mittelpunkt stellt wie die vorliegende Studie. Kinder 'nutzen' neben dem Fernsehen den Bildschirm zunehmend für Spiele, Spannung und Interaktivität. Immer mehr Kinder haben immer teurere Soft- und Hardware, und immer mehr Kinder verstehen sich auf die Geheimnisse der Interaktion zwischen elektronischer Maschine und ihrer Phantasie, mit der sie Geschichten und Aufgaben auf elektronisch lösbare Muster zurückführen. Hier liegt das weite Feld, auf dem Kinder sich ihre Erlebnisse besorgen. Hier liegen die Fragen, wie ich meine, für weitere, vertiefende Forschungen zum Problemfeld „Kinder und Medien“. Die Kinder der 90er Jahre sind mehr 'Medienkinder' als 'Fernsehkinder'. Es dürfte spannend werden, zu untersuchen, wie sich dies für ihre Weltsicht, ihre Handlungsmuster und die Konstitution ihrer Sinnprozesse bemerkbar macht.

Hans Dieter Erlinger (Siegen)