

Autorin: Paus-Haase, Ingrid.

Titel: Kinder als prägende Akteure neuer Kommunikationskulturen. Reflexion adäquater methodischer Zugriffe.

Quelle: Ursula Maier-Rabler/Michael Latzer (Hrsg.): Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 28.S. 317-332.

Verlag: UVK Medien.

Die Veröffentlichung erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Autorin.

Ingrid Paus-Haase/Daniel Süß/Claudia Lampert

Kinder als prägende Akteure neuer Kommunikationskulturen. Reflexion adäquater methodischer Zugriffe¹

1. Globalisierte Formen von Kinderkultur verlangen neue methodische Zugänge

Das Phänomen Pokémon² bewegt derzeit Kinder, Eltern, Erzieher und Lehrer gleichermaßen, wenn auch mit völlig unterschiedlichen Perspektiven. Die Sendung auf RTL II erreicht Spitzenquoten, die Gameboy-Spiele und ihre für Erwachsene kaum überschaubaren medialen Begleitprodukte sind zu täglichen Begleitern im Kinderalltag

1 Der Beitrag wurde veröffentlicht in: Maier-Rabler, Ursula/ Latzer, Michael (Hrsg.): Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft. Konstanz: UVK, S. 317-332 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Band 28).

2 Pokémon (Abkürzung für „Pocket monsters“) umfassen über 150 verschiedene Monsterfiguren, welche über jeweils unterschiedliche Kampffähigkeiten verfügen: Z.B. Pickachu versetzt dem Gegner Stromschläge, Squirtle spuckt Wasser, Bulbasaur schießt aus einer Knospe scharfe Blätter und Aeste ab. Die Figuren müssen trainiert werden, um ihre Kampfkraft zu entwickeln. Bei den Kämpfen, die in Form von Kampfsport-Wettkämpfen ausgetragen werden, kann man neue Pokémons hinzugewinnen. Die Figuren wurden 1996 von einem japanischen Video-Artisten erfunden und werden von Nintendo (Lizenzinhaber), Hasbro Inc. (Hersteller) und der Spielzeugkette „Toys R US“ weltweit vermarktet. Neben Sammelbildern, Gameboyspielen, Comics, Bilderbüchern, Plüsch- und Plastikfiguren, TV-Serie und Kinofilm gibt es auch unzählige Internet-Angebote, wie Fan-Websites, Tipps und Tricks für die Spiele, Hinweise auf Bezugsmöglichkeiten für seltene Figuren und neue Spielversionen, Chat-Foren etc. Siehe z.B. unter www.pokemonvillage.com ; www.PokeMasters.com ; www.pojjo.com.

avanciert. Pokémon jedoch ist mehr als nur ein aktuelles Phänomen in der sich stetig wandelnden Medienlandschaft; es setzt Maßstäbe. Diese neue, globalisierte Form von Kinderkultur ist nicht nur in besonders ausgeprägter Weise kommerziell bestimmt, auch die Umgangsweisen der Kinder lassen neue Aspekte erkennen: Kinder nutzen die Pokémon-Produkte – dies wird bereits bei den ersten Kontakten und Beobachtungen deutlich – in sehr selbstbestimmter Weise. Nicht länger gelten Medien ihnen als ein ‚Fenster zur (Erwachsenen)Welt‘, Pokémon wird vielmehr zum Ausdruck für eine eigene (Kinder)Welt, zu der Erwachsene kaum mehr Zugang haben und zumeist auch, so das Bemühen der Kinder, keinen Zugang gewinnen sollen. Die Pokémon werden zu einem Symbol neuer selbstbestimmten kinderkultureller Ausdrucksweisen. Sie sind ‚ihre Welt‘, in der sie sich kompetent und lustbetont bewegen können.

Kindheit wandelt sich mehr und mehr zu einer selbstbestimmten, marktorientierten Lebensform; Kinder zeigen sich als ‚Personen eigenen Rechts‘. Schon zu Beginn der 90er Jahre hatte der britische Soziologe Jenes die Anerkennung von Kindern als ‚Personen eigenen Rechts‘ als Ausgangsbasis erfolgreicher Kindheitsforschung verlangt. Doch nicht nur für die Kindheitsforschung erscheint ein Umdenken überfällig.

Die Fragen nach dem Verstehen von kinderkulturellen Ausdrucks- und Umgangsweisen – und dies im Kontext ihrer Medienhandlungsweisen - rückt zunehmend in den Mittelpunkt, will man nicht die (medienpädagogisch) wichtige Brücke zu den Kindern verlieren. Es gilt, die ‚Sprachspiele‘ der Kinder im Umgang mit ihren Medien zu dekodieren. Dies bedeutet für die Kommunikationswissenschaft vor allem im Hinblick auf methodische Fragen eine große Herausforderung. Nicht allein die Notwendigkeit, sich dem Medienumgang mit seinen neuen Phänomenen zu stellen, ist ein Gebot der Zeit. Von zunehmender Bedeutung erweist sich die Frage nach dem ‚Wie‘. Weniger denn je lassen sich die Umgangsweisen der Kinder mit Medien über Erwachsene eruieren. Dabei kommt es nicht – wie eh und je schon – zu Verzerrungen unter anderem als Folge von Wünschbarkeit. Es besteht vielmehr die Gefahr, ganz und gar an den Kindern vorbei zu forschen, zumal Eltern, Erzieher und Lehrer in die eigenen Welten des kindlichen Medienhandelns wenig Einblick gewinnen. Die (Über)Fülle allein der Pokémon-Figuren erscheint als ein undurchdringlicher Dschungel.

Als methodische Konsequenz einer derartigen Situation stellt sich die kommunikationswissenschaftlich zentrale Forderung danach, Kinder selber zu Wort kommen zu lassen, da ohne sie jedenfalls kein zuverlässiger Zugang zu ihren ‚Medien-Sprachspielen‘ gefunden werden kann. Dies gilt selbst für die jüngeren Rezipienten. Gerade sie stellen jedoch Wissenschaftler vor eine große methodische Herausforderung. So wird nicht allein die Frage nach geeigneten Methoden wichtiger, sondern vor allem nach geeigneten Methodenkombinationen, um Fehlerquellen möglichst auszuschließen. Der vorliegende Beitrag stellt verschiedene Methoden und Methodenkombinationen vor, die geeignet sind, den komplexen Umgang von Kindern mit neuen und alten Medien und ihren spezifischen Angeboten adäquat zu erfassen. Mehr denn je gilt deshalb, dass „die Wissenschaft gleichsam ihre Stuben verlassen und dorthin wandern (muss), wo sie Alltagsphänomene durch Nähe und Anschauung nachvollziehen kann“ (Baacke 1995). Dies bedeutet, dem Medienhandeln von Kindern in ihrer konkreten Lebenssituation, in seinen vielfältigen Dimensionen und Ausprägungen nachzuspüren und im Hinblick auf die zentrale Frage nach der Bedeutung von Medien für die Identitätsentwicklung von Kindern in ihrem Alltag zu stellen. Schließlich sind Kinder, wie nicht nur das Phänomen Pokémon zeigt, aktive, selbstbestimmte Mediennutzer, die mittlerweile ein breites Medienmenü als Ausdrucksmittel subjektiv bestimmter Alltagspraxen als Teil ihrer Alltagskultur nutzen. Eine derartige Situation fordert geradezu dazu heraus, Muster und Strukturen in ‚natürlichen‘ Situationen mit interpretativen Methoden zu erschließen, „um für die ihr eigenen Sinn- und Regelsysteme offenzubleiben“ (Oswald/Krappmann 1995, S. 355). Der Blick auf Kinder als Subjekte des Forschungsprozesses – und dies zählt zu einem zentralen Axiom qualitativer Kindermedienforschung ist dazu unerlässlich.

2. Triangulation als Modell zur Annäherung an alte und neue Formen kinderkultureller Medienpraxen

Kinder setzen alte wie neue Medien als Ausdrucksmitteln vielfältiger Anliegen ein. Alte wie neue soziokulturelle Phänomene gilt es daher nicht allein zu beschreiben, sondern zu erklären. Vor allem in der Forschungsarbeit mit Kindern erscheint ein breit gefächertes Methodenspektrum notwendig, das sowohl auf ihre speziellen Wahrnehmungs- und Bearbeitungsweisen Rücksicht nimmt, das aber auch - und dies vor allem - geeignet ist, sich aus unterschiedlichen Perspektiven und mit unterschiedlichen Methoden und

Instrumentarien an die Bedeutungskonstruktionen von Kindern anzunähern. Dazu sind situationsadäquate, flexible, aber auch die Konkretisierung fördernde Verfahren zu wählen, die dem Kind als 'movens agens' des Forschungsprozesses in seiner besonderen Bedürfnis- und Themenstruktur Raum geben, die jedoch auch die Spezifika jüngerer Probanden mit berücksichtigt, um den Forschungsfortgang und damit auch den Forschungserfolg nicht in Frage zu stellen.³

Es gilt also, sich zwar der Perspektive der Kinder anzunähern und sie selbst zu Wort kommen zu lassen, doch ebenfalls Verfahren zu wählen, mit denen diejenigen Zusammenhänge des Verhaltens und Handelns aufgedeckt werden können, die den Kindern selbst nicht bewusst sind, wie zum Beispiel Kinderzeichnungen. Um Verzerrungen zu vermeiden, die durch das Vermischen alltagsrealer und phantastischer (Wunsch- bzw. Angst-)Erlebnisse auftreten können, sind zudem verschiedene Instrumente einzusetzen, die zu einer gegenseitigen Kontrolle der erhobenen Daten beitragen und somit validere Ergebnisse liefern können. Dazu zählen nach wie vor auch Eltern-, Erzieher- und Lehrerinterviews.

Dazu bedarf es eines Methodeninventars, das sowohl Dokumentation, analytische Rekonstruktion sowie schließlich verstehendes Nachvollziehen des kindlichen (Medien) Handelns erlaubt. Diese Anforderungen bedingen, dass erst eine Kombination unterschiedlicher, qualitativ angelegter Methoden eine adäquate Annäherung an das Untersuchungsfeld und die jeweilige Fragestellung bietet. Sie sollten in der Lage sein, sich dem Gegenstand auf mehreren Ebenen und zugleich aus verschiedenen Perspektiven anzunähern. Eine derartige Mehrdimensionalität, die die komplexen Umgangsweisen von Kindern mit Medien in ihrer Lebenswelt erfordert, wird durch Triangulationen in der Forschungsarbeit gewährleistet. Triangulation bedeutet „dass gezielt Forschungsperspektiven und Methoden miteinander kombiniert werden, die geeignet sind, möglichst unterschiedliche Aspekte eines Problems zu berücksichtigen: etwa der Versuch, die Sicht eines Subjekts zu verstehen und dies mit der Beschreibung der Lebenswelt, in der es agiert, zu verbinden“ (Flick 1995 a, S. 67).

³ Zum einen fällt es einem Kind noch schwer, sich über längere Zeit auf einen Zusammenhang zu konzentrieren und sein Anliegen entsprechend zu artikulieren, zum anderen sind ihm die Hintergründe seines (Medien-)Handelns selten bewusst.

Um forschungstheoretisch und -praktisch das Subjekt in seinen komplexen, von vielfältigen Einflussfaktoren mitbestimmten Lebensverhältnissen zu betrachten, mithin sich den Prozessen der (medialen) Bedeutungsverleihung im Kinderalltag zu nähern, sind Triangulationen durchzuführen, die zumindest auf vier Ebenen zu vollziehen sind: Es gilt, sowohl verschiedene Theorien⁴, Erhebungs- und Auswertungsmethoden als auch die unterschiedlichen Sichtweisen mehrerer Forscher zu kombinieren. Triangulation der Quellen und Perspektiven gewährleisten eine hohe Dichte und Vielfalt und somit eine entsprechende Aussagekraft des Materials. Für die Auswertung von Daten etwa wären folgende Ebenen von Triangulationen denkbar (Paus-Haase 1998, S. 177):

- a) *Untersucher-Ebene*: An allen Auswertungsschritten sollten mehrere, zumindest jeweils zwei Mitglieder eines Forschungsteams beteiligt sein.
- b) *Daten-Ebene*: In der Auswertung sollten Daten verschiedener Quellen (je nach Fragestellung zum Beispiel Analysen von Medienprodukten, Einzelinterviews, Gruppeninterviews mit Vorschulkindern, als Leitfadeninterviews mit einer Handpuppe angelegt, zum Umgang mit medialen Angeboten, Leitfadeninterviews mit Erzieherinnen und Eltern, Daten aus Beobachtungsprotokollen, Kinderzeichnungen) zusammengeführt und in einander ergänzender Weise interpretiert werden.
- c) *Methoden-Ebene*: Dabei könnten verschiedene Auswertungsmethoden angewandt werden, die dem jeweiligen Schritt bzw. dem vorliegenden Material angemessen erscheinen: Qualitative Inhaltsanalysen, ‚Thematisches Kodieren‘, hermeneutische Interpretation von (ausgewählten) Textstellen der Interviews und Beobachtungsprotokolle sowie tiefenhermeneutische Analyse von Kinderzeichnungen. So kann es gelingen, sich mit übergreifenden Instrumentarien sowohl dem Symbolangebot, das die Medien selbst in ihren Realitätskonstruktionen und Gestaltungsweisen bereit halten, als auch der Bedeutungszuschreibung von Kindern im Alltag anzunähern. Dies gilt um so mehr, als sich die soziale und kulturelle Welt von Kindern in eigenen Verhaltensmustern, Regeln und Vorstellungen vollzieht, an die Erwachsene sich kaum mehr erinnern können oder in die sie, wie bei Pokémon, kaum Einblick gewinnen können.

2.1 (Handpuppen-) Interview

Den direktesten Zugang zu den Medienaneignungsprozessen von Kindern stellt die Befragung dar, da „nur das Kind selbst über sein subjektives Erleben berichten [kann]“ (Wittmann 1988, S. 159). Gerade qualitative Interviewformen eröffnen die Möglichkeit, Denk- und Verhaltensweisen von Kindern (vgl. Heinzel 1997) zu erforschen oder neue zu

4 Eine Triangulation von Theorien erscheint in der Kindermedienforschung unerlässlich. So gilt es etwa entwicklungs- bzw. sozialisationstheoretische Aspekte ebenso zu beachten wie Untersuchungen aus dem Bereich der Kinderkultur- und speziell der Medien- bzw. Kommunikationsforschung. Interdisziplinarität ist nicht länger aufschiebbar.

entdecken. Zudem zeichnen sie sich im Vergleich zum Puppen- oder Rollenspiel durch einen hohen Realitätsgehalt aus (vgl. Lohaus 1986). Dennoch stößt man gerade bei jüngeren Kindern auf verschiedene, zum Teil entwicklungsbedingte Schwierigkeiten. Konkrete Probleme ergeben sich z.B. bei Fragen nach Zeitangaben, Zeiträumen und Entfernungen. Darüber hinaus fällt es ihnen zumeist schwer, ihr Wissen und ihre Gedanken in Worte zu fassen (vgl. Kübler/Swoboda 1998, Böhme-Dürr 1988, Wittmann 1988, Heinzel 1997, Lohaus 1986). Sowohl die Sprachfähigkeit, die allgemeinen kognitiven Fähigkeiten als auch die situativen Faktoren müssen bei der Interviewkonzeption und -durchführung berücksichtigt werden (vgl. Petermann/Windmann 1993). In den meisten Fällen stellt ein Interview für ein Kind eine ungewohnte Situation dar. Viel zu selten zeigen Erwachsene ein gezieltes Interesse an der Sichtweise von Kindern, besonders wenn es sich um Medieninhalte oder -produkte handelt. Dem Interviewer kommt somit die Aufgabe zu, in einer vertrauensvollen, angstfreien Atmosphäre eine professionelle Beziehung zu dem Kind herzustellen, um ein sozial erwünschtes Antwortverhalten so weit wie möglich zu reduzieren. Dies kann in Anlehnung an Yarrow (1960) dadurch gelingen, dass der Interviewer das Kind in die Rolle eines Experten versetzt, während er sich selbst empathisch und nondirektiv verhält (vgl. Wittmann 1988; s.a. Oswald/Krappmann 1995). Gleichzeitig sollte die Interviewsituation möglichst spielerisch gestaltet und anregend sein, ohne dass das Kind in eine Wunsch- und Traumwelt abschweift und Antworten phantasiert. Die spielerische Umsetzung kann beispielsweise dadurch erfolgen, dass dem Kind die Möglichkeit gegeben wird, sich über Medien (z.B. Puppen, Bilder) oder anhand anschaulicher Materialien etc. zu äußern (vgl. ebd.).

Eine Variante des qualitativen Interviews, die diese beiden Aspekte berücksichtigt und daher besonders gut für die Befragung von Kleinkindern geeignet ist, jedoch bislang in der Medienforschung selten eingesetzt wird, ist das Handpuppeninterview (vgl. Paus-Haase 1998; Lohaus 1986; Schiffler 1978). Die Puppe fungiert als Medium in der Kommunikationssituation und erleichtert es dem Interviewer, sich auf das Kind einzulassen und seine Sprache der des Kindes anzupassen (vgl. ebd.). Der Alters- und Statusunterschied zwischen Interviewer und Kind sowie der Effekt des sozial erwünschten Antwortens kann auf diese Weise reduziert und die Antwortbereitschaft und Motivation des Kindes im Gegenzug erhöht werden (vgl. ebd.; Paus-Haase 1998).

Das Handpuppen-Interview kann nicht alle oben genannten Schwierigkeiten vermeiden, die mit der Befragung von Kleinkindern verbunden sind, jedoch im Vergleich zu anderen Interviewformen reduzieren. Schwächen dieser Methode können durch Kombination mit 6 anderen (nonverbalen) Methoden ausgeglichen und die Validität der verbalen Daten geprüft werden.

2.2 Beobachtung

Die Beobachtung soll das Medienhandeln der Kinder oder ihre Aufarbeitung von Medienerlebnissen unter möglichst wenig Beeinflussung durch den Beobachtungsprozess erschliessen. Nimmt man das kommunikationspsychologische Axiom ernst, dass man „nicht nicht kommunizieren“ kann (Watzlawick/ Beavin/ Jackson 1990), dann ist offensichtlich, dass nur schon die Präsenz eines Beobachters die Situation und damit möglicherweise das Verhalten der beobachteten Kinder beeinflusst. Dies lässt sich auch durch die Verwendung von Einwegspiegeln nicht lösen, sondern nur durch das Berücksichtigen der sozialen Situation bei der Interpretation der Beobachtungen, welche eben auch die Präsenz des Beobachters einschliesst. Dies kann dadurch erleichtert werden, dass man die Kinder zu mehreren Zeitpunkten und in unterschiedlichen sozialen Kontexten in ihrem Medienhandeln beobachtet. So können Konstanten und Unterschiede des Verhaltens bei der Interpretation berücksichtigt werden. Es kann auch nicht darum gehen, die Person des Beobachters auszublenden, und vom Ideal einer objektiven Registrierung des Beobachteten auszugehen, sondern der Einfluss des Beobachters, einschliesslich seiner subjektiven Erlebnisse während der Beobachtung, müssen als Datenmaterial verwertet werden (vgl. Muckel 1996). Zufällige Beobachtungen können zu Hypothesen führen, die in systematischen Beobachtungen mit theoretisch begründeten Stichproben eingehender verfolgt werden können. Ein Beispiel zum Pokémon-Phänomen:

Drei Knaben, ca. 10 Jahre alt, steigen in den Bus. Wahrscheinlich kommen sie gerade von der Schule. Zwei setzen sich direkt neben mich. Der eine hat ein Pokémon-Album bei sich, der andere einen Stapel mit Klebebildern. Die zwei diskutieren eifrig über die verschiedenen Figuren, ihr Aussehen und ihre besonderen Eigenschaften und kleben ein paar neue Bilder ins Album. Sie unterhalten sich darüber, dass sie ein besonders seltenes Pokémon-Bild bereits im Album haben. Der Dritte steht etwas abseits und fragt schliesslich, ob er auch einmal reinschauen dürfe, er würde das seltene Bild gerne nur ganz kurz sehen. Dann lasse er sie sofort in Ruhe. Die beiden anderen ignorieren das Fragen des Dritten lange und als dieser immer flehentlicher bittet, ins Album schauen zu dürfen, sagt ihm der eine schroff, er solle abhauen.

Diese zufällige Beobachtung löste beim Betrachter Ideen dazu aus, wie diese Kinder das Medienphänomen Pokémon einsetzen, um ihre Beziehungen zu regulieren. Das gemeinsame Sammeln und das Expertenwissen kann Freundschaften stärken und eine Gruppen-Identität verleihen. Man gehört auf einer symbolischen Ebene bereits zu den Pokémon-Meistern und kann sich von den „Nichteingeweihten“ stolz abgrenzen. Das Verfügen über seltene Bilder verleiht besonderen Status unter den Kindern. Man hat damit unter anderem die Macht, anderen einen Blick auf faszinierende Bilder zu gewähren oder zu verweigern. Schwach integrierte Kinder können gedemütigt und ausgeschlossen werden, indem man ihnen nicht einmal einen Blick auf ein tolles Bild erlaubt. Freunde können ihre Chancen im Wettstreit um Status dadurch optimieren, dass sie ihre Sammlung zusammenlegen und so doppelt so schnell vorankommen. Das Album wird dann jeweils z.B. für eine Woche beim einen und dann wieder beim anderen Sammel-Partner aufbewahrt. Die teilnehmende Beobachtung kann dazu verwendet werden, um die Art, wie die Kinder mit anderen während der Medienrezeption interagieren, selbst zu erleben. So berichtet z.B. Fischer (2000) darüber, wie sie in ihrer Studie mit Kindern gemeinsam fernsieht und dabei erfährt, wie die Kinder das Gesehene spontan kommentieren oder wie sie stark oder schwach involviert sind, in welchem Masse sie sich durch die Beobachterin oder durch andere Anwesende ablenken lassen oder gebannt die Sendung verfolgen. Diese Beobachtungen geben Aufschluss über Rezeptionsstile, zu denen die Kinder selbst nicht Auskunft geben könnten. Aber auch die Eltern würden das Fernsehverhalten ihrer Kinder vielleicht anders beschreiben als es die forschende Beobachterin erlebt, weil sie das Verhalten auf dem Hintergrund anderer kognitiver Frames einordnen würden. Der Fokus der Beobachtung kann beim Medieumgang eines einzelnen Kindes liegen oder beim Medienhandeln eines sozialen Systems, indem z.B. eine Familie beim Fernsehen beobachtet wird. Dabei kann analysiert werden, wer auf wen Bezug nimmt, sich abgrenzt oder verbündet (vgl. Hurrelmann 1999).

Beobachtungsraster können dazu dienen, vielfältige Aspekte wahrzunehmen, aber sie bergen auch die Gefahr, dass man nur das sieht, was man erwartet hat und neue Aspekte nicht erkennt. Will man offen sein für neue Umgangsweisen der Kinder mit Medien, dann sollte man möglichst ohne eng gefasste Beobachtungsfragen in die Situationen hineingehen. Die differenzierte Beschreibung des Beobachteten kann schrittweise zum Theoriebau führen (vgl. Starkulla 1999). Eine vorurteilsfreie Beschreibung ist aber kaum

möglich, denn bereits die Wortwahl setzt Interpretationen voraus, stellt das Beobachtete in einen bestimmten theoretischen Kontext (Danner 1979). So hat der Beobachter im obigen Beispiel der Pokémon-Situation z.B. einen Bezug zu Konzepten von psychischer Gewalt unter Kindern, Mobbing im Sinne von Ausschliessen sozial Schwächerer, hergestellt (vgl. Olweus 1996).

2.3 Experiment

Experimente werden bevorzugt bei jungen Kindern eingesetzt, welche noch nicht in der Lage sind, ihre Erlebnisse und Einstellungen zu verbalisieren. So wurde z.B. bei Säuglingen ihre Reaktion auf bestimmte audiovisuelle Eindrücke untersucht, indem man ihnen spezielle Schnuller gab, bei welchen die Intensität des Saugens kontinuierlich gemessen und mit den dargebotenen Reizen in Beziehung gesetzt werden konnte. Ein anderer Bereich sind Themen, die mit sozialen Tabus und daher mit Antworttendenzen der sozialen Erwünschtheit belegt sind, z.B. beim Einsatz von physiologischen Messungen in Experimenten zu Wirkungen von Mediengewalt oder Pornographie (vgl. Grimm 1999, S. 227).

Experimente versuchen, die Variablen, welche das Medienhandeln der Kinder beeinflussen, möglichst umfassend zu kontrollieren. Dadurch soll der relative Einfluss von Medienangeboten, sozialen Settings der Rezeptionssituation und soziodemographischen Faktoren sichtbar werden. Klassischen sozialwissenschaftlichen Experimenten wird vorgeworfen, dass sie nur über geringe ökologische Validität verfügten, da die Befunde der Laborsituation nicht auf den Alltag übertragbar seien. In der qualitativen Kindermedienforschung sollten Experimente in möglichst natürlichen Kontexten stattfinden und die Variationen möglichst alltagsnah sein. In einer Studie zum Umgang mit Bilderbüchern (Bonfadelli/ Süss 1997) wurde z.B. in drei verschiedenen Kindergruppen ein Wühltisch angeboten, auf welchem drei verschiedene Typen von Bilderbüchern bunt gemischt lagen. Die Kinder wurden aufgefordert, eines der Bücher auszuwählen. Danach wurden sie befragt, weshalb sie dieses Buch gewählt hatten. Die Auswahl wurde daraufhin untersucht, welche Form der Bilderbücher wie häufig gewählt wurden und mit welchen Assoziationen die Kinder diese Bücher verknüpften. Das Experiment kann variiert werden, indem die Auswahl bei vergleichbaren Kindergruppen an unterschiedlichen Orten, d.h. im Kindergarten oder in den Familien der Kinder

durchgeführt werden oder indem die Kinder jeweils allein sind beim Auswählen oder innerhalb der Gruppe und somit auch durch das Verhalten und die Äußerungen der anderen Kinder beeinflusst werden. Experimente werden in der Kindermedienforschung bisher vor allem eingesetzt, um kognitive Aspekte der Medienrezeption zu untersuchen, so z.B. in einer Studie von Troseth (1999), in welcher untersucht wurde, ob 2-jährige Kinder Videobilder als Quelle zur Orientierung in der realen Umwelt nutzen können. Es wurde den Kindern in einem Raum gezeigt, wie eine Puppe hinter einem Sofa versteckt wird. Suchten die Kinder dann am richtigen Ort, wurde dies als Beleg dafür gewertet, dass sie ihre Beobachtung nutzen können. Kontrollgruppen wurde dasselbe gezeigt durch ein Fenster oder via Fernsehmonitor (Live-Kamera) oder der Monitor wurde mit einem Rahmen in der Wand eingefasst und den Kindern wurde gesagt, sie würden durch ein Fenster schauen. Je stärker die Beobachtung „mediatisiert“ war, desto mehr Kinder 9 hatten Mühe, ihre Beobachtung nachher zu nutzen, um die Puppe zu finden. Die Kinder, die meinten, sie schauten durch ein Fenster, erbrachten zudem bessere Leistungen als Kinder, denen ein normaler Monitor gezeigt wurde, obwohl sie genau dasselbe Bild gesehen hatten. Dies gibt interessante Hinweise darauf, dass schon bei kleinen Kindern das Medium an und für sich in die Interpretation des Gesehenen einbezogen wird.

2.4 Medienästhetische Zugänge: Das Beispiel ‚Kinderzeichnungen‘

Dem vom Kind geschaffenen Bild kommt bei der Bearbeitung der medialen Symbolismen eine besondere Stellung zu. Vorschulkinder befinden sich in der „bildermächtigen Zeit“ (Meyers 1968), die Zeichnung ist eines ihrer stärksten Ausdrucksmittel. Zudem besitzt sie im Vergleich zum geschriebenen oder gesprochenen Wort den Vorteil, auch auf Nicht-Verbalisierbares zu verweisen. Nach Widlöcher (1995, S. 77) kann eine Zeichnung „dazu dienen, die ganze Realität darzustellen“, womit die innere Realität eines Kindes gemeint ist;

Kinderbilder seien daher als eine „unerschöpfliche Quelle der Bedeutung“ anzusehen (ders. S. 90)⁵

Im Kontext eines Instrumentariums zur Annäherung, Beschreibung und Erklärung des Medienhandelns von jüngeren Kindern bietet die Methode der Kinderzeichnungen einen ausgezeichneten Zugang, wenn es darum geht, kindliche Medien-Ästhetik zu evaluieren.

⁵ Siehe zu den folgenden Ausführungen ausführlicher: Paus-Haase/ Keuneke (1999).

Kinderzeichnungen bieten einen tiefenpsychologischen Einblick in die komplexen Verweisstrukturen der Bedeutungskonstruktion von Kindern, der anderen Erhebungstechniken, wie etwa dem Kinderinterview aber auch der teilnehmenden Beobachtung von Spielsituationen, verwehrt bleibt. Die Bildanalyse stellt sich als ein angemessenes Forschungsinstrument dar, das Einblick in basale und oft unbewusste Verarbeitungsprozesse von Medienerlebnissen zu bieten vermag. Der symbolische Gehalt von Zeichnungen, ihr "verborgener Sinn" (ders. S. 18), der sich in der Wahl der dargestellten Objekte, ihrer Beziehungen untereinander sowie in stilistischen Besonderheiten wie zum Beispiel Farbe, Linie und Form der Objekte ausdrückt, bietet dem Forscher die Chance für Rückschlüsse auf die Bedeutung, den ein Medieninhalt für das jeweilige Kind gewinnt (Paus-Haase 1998, S. 160ff., S. 181, Paus-Haase/ Keuneke 1999)

Kinderzeichnungen geben zudem Auskunft über den kognitiven, emotionalen und sozialen Entwicklungsstand ihrer Autoren und können dem Forscher in der Beurteilung zahlreicher Punkte helfen:

- der perzeptiven, visuellen und intellektuellen Fähigkeiten der Kinder (Wahl der Formen und Themen)
- ihres emotionalen Zustands zum Zeitpunkt der Zeichnungsanfertigung (Strich-Typen, grafischer Ausdruck, Temperament, Charakter),
- ihres jeweiligen Entwicklungsgrades.⁶

Kinderzeichnungen als Mittel kindlicher Welt- und Selbstwahrnehmung werden von Kindern in vielfältiger Weise eingesetzt und können daher in einer ebenso vielfältigen Weise in der Medienforschung mit Kindern Berücksichtigung finden. Für eine in diesem Kontext sinnvolle Bildanalyse bietet sich ein Vorgehen an, das sich an dem von Widlöcher (1995, S. 118-120) entwickelten, mehrschrittigen Auswertungsmodell orientiert.⁷

⁶ Kinderzeichnungen für die Datengewinnung zu nutzen, setzt allerdings ein aufwendiges Einarbeiten in die unterschiedlichen Bedeutungsebenen von Kinderzeichnungen (Widlöcher 1993, Richter 1987, Karlson 1987, Reiß 1996) sowie, damit aufs engste verbunden, auch in tiefenpsychologische Interpretationsverfahren voraus; siehe zum Einsatz von Kinderzeichnungen in einer qualitativen Forschungsarbeit: Paus-Haase (1998) sowie Keuneke (1999). Siehe zum Einsatz von Kinderzeichnungen in der Kindermedienforschung auch: Neuß (1999).

⁷ Vgl. dazu Paus-Haase/ Keuneke (1999).

- 1. Schritt: Identifizierung der dargestellten (Medien)Objekte/der dargestellten (Medien)Szene; Frage: *Aus welchen Gründen hat das Kind dieses Thema gewählt?*
- 2. Schritt: Untersuchung der formalen Besonderheiten; Fragen: *Wie ist der Raum aufgeteilt, und aus welchen Gründen ist das Kind so verfahren? Warum hat das Kind bestimmte Gegenstände in bestimmter Weise dargestellt?*
- 3. Schritt: Bestimmung des Symbolwerts; Frage: *Welche metaphorische Bedeutung steht ‚hinter‘ den Dingen?*

Die Interpretation der visuellen Daten muss nicht – wie in der psychologischen Kinderforschung üblich – ausschließlich auf den Zeichnungen basieren. Vielmehr zeigen aktuelle Untersuchungen, dass Erläuterungen der Kinder notwendig sind, um deren Sichtweise adäquat interpretieren zu können (vgl. Neuß 1999, Paus-Haase 1998, Keuneke 1999). Auch in diesem Fall sieht sich der Forschende den Schwierigkeiten gegenüber, die mit der Befragung von Kindern verbunden sind (vgl. 2.1).

2.5 Interviews mit Eltern, Erziehern und Lehrern

Will man einen möglichst validen Zugang zu den Medienhandlungsweisen und insbesondere zu den lebensweltlichen Hintergründen der Kinder erhalten, erscheint es wichtig, den Zugang zur Lebenswelt von Kindern durch Methoden, die sich unmittelbar an sie richten oder in denen sie die Hauptakteure sind wie etwa das Handpuppeninterview, die teilnehmende Beobachtung, das Experiment oder Kinderzeichnungen, durch weitere Verfahrensschritte zu ergänzen (Oswald/Krappmann 1995, S. 356). Dies gilt besonders dann, will man einen ganzheitlichen Zugang zur Lebenswelt der Kinder erhalten. Dazu gehören die Sozialisationsagenturen Eltern und Erzieher bzw. Lehrer. Die Familie prägt in ihrer speziellen sozialräumlichen Struktur das Verhalten und Handeln von Kindern in entscheidendem Maße (Barthelmes 1995, B. Hurrelmann u.a. 1996), insbesondere das jeweilige Erziehungskonzept gewinnt in diesem Zusammenhang zentrale Bedeutung (Tietze 1989, B. Hurrelmann u.a. 1996). Dasselbe gilt, wenn Kinder einen Kindergarten besuchen, auch in bezug auf das (Medien-)Erziehungskonzept der Betreuungspersonen (Paus-Haase u.a. 1990, Colberg-Schrader/ von Derschau 1991, Six u.a. 1999) oder für die Schule (Tulodziecki/ Six 2000).

Eltern-, Erzieher- bzw. Lehrer-Interviews erscheinen auch deshalb notwendig, da sie bei jüngeren Kindern einen direkten Zugang zu den soziodemographischen Daten und

lebensweltlichen Hintergründen bieten; Kinder im Vorschul- oder auch Grundschulalter sind zumeist noch nicht in der Lage, verlässlich Auskunft zum Alter der Eltern, ihrer formalen Bildung, ihrer beruflichen Situation, ihrer Wohnsituation etc. zu geben. Zur Beurteilung des Medienhandelns der Kinder sind neben den eigenen Forschungen – zumindest zur weiteren Absicherung der Validität - Auskünfte über ihren kognitiven und sozial-emotionalen Entwicklungsstand nötig; auch in diesem Kontext bieten Interviews mit den Betreuungspersonen wichtige Hinweise (Paus-Haase 1998, S. 161 f.)⁸

3. Interaktivität als neue Herausforderung für die Kindermedienforschung?

Vor dem Hintergrund des eingangs skizzierten Phänomens Pokémon stellt sich die Frage, inwieweit die dargestellten methodischen Zugänge zur Untersuchung eines derart komplexen Medienkonzeptes noch adäquat sind. Das besondere an diesem Phänomen ist sicherlich zum einen, dass es verschiedene Auswertungsformen umfasst, die aufeinander Bezug nehmen und sich wechselseitig ergänzen. Will man etwas über die Aneignung dieses Phänomens und seinen Stellenwert in der Lebenswelt von Kindern erfahren, ist eine Betrachtung des Zusammenspiels der verschiedenen Auswertungsformen (Fernsehserie, Computerspiel Sammelkarten etc.) unumgänglich.

Zum anderen ist der Aspekt der Interaktivität im Zusammenhang mit Pokémon auf verschiedenen Ebenen relevant: Im Gameboy-Spiel trainieren die Kinder „ihre“ Pokémon für den Kampf gegen andere Arenaleiter, und über das Link-Kabel werden fehlende Monster innerhalb der Peergroup ausgetauscht. Die Untersuchung von Interaktionsmustern und deren Bedeutung in der Mediennutzung von Kindern stellt neue Anforderungen an die Forschung. Es bedarf eines Einbezugs von prozeß- und situationsorientierten Untersuchungsmethoden, die es ermöglichen, Denkprozesse zu erfassen, die während der Mediennutzung stattfinden. Methodische Anregungen bzw. Hinweise auf geeignete Verfahren finden sich u.a. in Untersuchungen zur selektiven Fernsehnutzung (vgl. Bilanzic/ Trapp 2000) und in der Forschung zur Rezeption von Online-Angeboten (vgl. Bucher/ Barth 1998). In diesem Zusammenhang stellt beispielsweise die Methode des „lauten Denkens“ als eine besondere Form der

⁸ Als Beispiel für den Einsatz von Elterninterviews im Kontext einer Untersuchung von Kindern mit Hörfunkangeboten siehe: Paus-Haase/ Aufenanger/ Mattusch (2000).

Befragung eine Möglichkeit dar, Orientierungs- und Auswahlprozesse während der Mediennutzung zu erfassen.⁹ Mittels technischer Verfahren wie (z.B. Logfile-Protokolle, Bildschirm- oder Videoaufzeichnungen) können die Interaktionsprozesse protokolliert werden. Bei der Methode des ‚Screenrecording‘ zeichnet man die interaktiven Elemente beim Umgang mit Programmen am Bildschirm auf und wertet sie hinsichtlich der möglichen Optionen und der dann getroffenen Wahl aus.¹⁰ Erst in der Kombination unterschiedlicher methodischer Zugänge, die zum einen Rücksicht auf die Subjekte im Forschungsprozess, die Kinder, nimmt, und die zum anderen abgestimmt ist auf die jeweilige Forschungsfrage, lässt sich einer derartigen Komplexität, wie es das Moment der Interaktivität darstellt, erfassen. Eine kreativ-mehrmethodische, als Triangulation angelegte Untersuchung kann diesen aktuellen Herausforderungen begegnen.

4. Literatur

Aufenanger, Stefan (2000): Die Vorstellung von Kindern vom virtuellen Raum. In: DISKURS, 1, S. 25-27.

Baacke, Dieter (1995): Die 6- bis 12jährigen. Einführung in Probleme des Kindesalters. Weinheim/ Basel: Beltz Verlag (6. Aufl.).

Bilandzic, Helena/ Trapp, Bettina (2000): Die Methode des lauten Denkens: Grundlagen des Verfahrens und die Anwendung bei der Untersuchung selektiver Fernsehnutzung bei Jugendlichen. In: Paus-Haase, Ingrid/ Schorb, Bernd (Hrsg.): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methode: Ein Arbeitsbuch. München: KoPäd-Verlag (im Druck).

Bonfadelli, Heinz / Süss, Daniel (1997): Bilderbuchrezeption als Forschungsfeld der Medienwissenschaft. In: Schweizerisches Jugendbuch-Institut (Hrsg.): Siehst Du das? Die Wahrnehmung von Bildern in Kinderbüchern - Visual Literacy. Zürich, S. 73-94.

Bucher, Hans-Jürgen/ Barth, Christoph (1998): Rezeptionsmuster der Onlinekommunikation. In: Media Perspektiven, H. 10, S. 517-523.

Colberg-Schrader, Hedi/ von Derschau, Dietrich: Sozialisationsfeld Kindergarten. In:

Hurrelmann, Klaus/ Ulich, Dieter (Hrsg.): Neues Handbuch der Sozialisationsforschung. Weinheim/Basel: Beltz Verlag 1991 (4., völlig neu bearb. Auflage), S. 335-353.

9 Zur Methode und deren Anwendung zur Untersuchung selektiver Fernsehnutzung siehe Bilandzic/ Trapp 2000.

10 Siehe dazu ausführlicher: Aufenanger, Stefan (2000).

Danner, Helmut (1979): Methoden geisteswissenschaftlicher Pädagogik. München, Basel.
Fischer, Gabriele (2000): Fernseh motive und Fernsehkonsum von Kindern. Eine qualitative Untersuchung zum Fernsehalltag von Kindern im Alter von 8 bis 11 Jahren. München.

Flick, Uwe: Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag 1995.

Grimm, Jürgen (1999): Fernsehgewalt. Zuwendungsattraktivität, Erregungsverläufe, sozialer Effekt. Opladen.

Heinzel, Friederike (1997): Interviews mit Kindern. In: Friebertshäuser, Barbara/ Prengel, Annedore (Hrsg.): Handbuch qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft. Weinheim, München: Juventa Verlag, S. 396-413.

Hurrelmann, Bettina (1999): Familienmitglied Fernsehen. In: Eder, Sabine/ Lauffer, Jürgen/ Michaelis, Carola (Hrsg.): Bleiben Sie dran! Medienpädagogische Zusammenarbeit mit Eltern. Bielefeld, S. 12-24.

Hurrelmann, Bettina u.a. (1996): Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen. Opladen: Leske und Budrich. [Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk (LfR) Nordrhein-Westfalen, Bd. 20]

Lohaus, Arnold (1986): Datenerhebung bei Vorschulkindern: Ein Vergleich von Rollenspiel, Puppenspiel und Interview. In: Psychologie, Erziehung, Unterricht, Jg. 33, S. 196-204.

Muckel, Petra (1996): Selbstreflexivität und Subjektivität im Forschungsprozess. In: Breuer, Franz (Hrsg.): Qualitative Psychologie. Grundlagen, Methoden und Anwendungen eines Forschungsstiles. Opladen, S. 61-78.

Neuß, Norbert (1999): Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in Kinderzeichnungen: eine empirische Studie mit Vorschulkindern - München: KoPäd-Verlag (1. Aufl.).

Olweus, Dan (1996): Gewalt in der Schule. Was Lehrer und Eltern wissen sollten und tun können. Bern (2., korr. Auflage).

Oswald, Hans/ Krappmann, Lothar (1995): Kinder. In: Flick, Uwe/ Kardorff, Ernst/ Keupp, Heiner u.a. (Hrsg.): Handbuch qualitative Sozialforschung. Weinheim: Psychologie Verlags Union (2. Aufl.), S. 355-358

Paus-Haase, Ingrid (1998): Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Fernsehfavoriten. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Paus-Haase, Ingrid u.a. (1990): Alte und neue Medien im Alltag von jungen Kindern. Orientierungshilfen für Eltern und Erzieherinnen. Freiburg: Lambertus.

Paus-Haase, Ingrid/ Aufenanger, Stefan/ Mattusch, Uwe (2000): Hörfunknutzung von Kindern. Bestandsaufnahme und Entwicklungschancen des Kinderhörfunks im dualen System (Schriftenreihe der NLM, Bd. 7), Berlin: Vistas Verlag. Paus-Haase, Ingrid/ Keuneke, Susanne (1999): Symbolangebote und kindliche Ästhetik. Zur spezifischen Welt- und Selbstwahrnehmung auf der Basis von Medieninhalten. In:

Neuß, Norbert (Hrsg.): Ästhetik der Kinder. Interdisziplinäre Beiträge zur ästhetischen Erfahrung von Kindern. Frankfurt/Main: GEP-Buch, S. 235-250.

Petermann, Franz/ Windmann, Sabine (1993): Sozialwissenschaftliche Erhebungstechniken bei Kindern. In: Marfeka, Manfred/ Nauk, Bernhard (Hrsg.): Handbuch der Kindheitsforschung. Neuwied: Kriffel, Berlin, S. 125-139.

Schiffler, Horst (1978): Der Handpuppensdialog. In: Knoll-Jokisch, Heidrun (Hrsg.) (1981): Sozialerziehung und soziales Lernen in der Grundschule. Heilbrunn: Klinkhardt, S. 153-158.

Six, Ulrike, Frey/ Christoph/ Gimmler, Roland (1998): Medienerziehung im Kindergarten. Theoretische Grundlagen und empirische Befunde (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 28). Opladen: Leske und Budrich.

Starkulla, Heinz (1999): Wissenschaftliche Deskription: Zwischen „Dataismus“ und Theoriebau. In: Wagner, Hans (Hrsg.): Verstehende Methoden in der Kommunikationswissenschaft. München, S. 379-400.

Tietze, Wolfgang u.a. (1989): Medien im Alltag von Kindern im Kindergartenalter, Teil 1: Zur Mediensituation drei- bis sechsjähriger Kinder. In: Die Landesregierung informiert, Bd. 17. Düsseldorf.

Troseth, Georgene L. (1999): Getting a clear picture: Young children's understanding of a televised image. Paper presented at the IXth European Conference on Developmental Psychology. Island of Spetses, Greece, September 1-5.

Tulodziecki, Gerhard/ Six, Ulrike (2000): Medienerziehung in der Grundschule. Grundlagen, empirische Befunde und Empfehlungen zur Situation in Schule und Lehrerbildung Opladen: Leske und Budrich [Schriftenreihe Medienforschung., Bd. 36].

Watzlawick, Paul/ Beavin, Janet H./ Jackson, Don D. (1990): Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien. Bern, Göttingen (8. Auflage).

Widlöcher, Daniel (1995): Was eine Kinderzeichnung verrät. Methode und Beispiele psychoanalytischer Deutung, Frankfurt/Main.: Fischer (französische Erstausgabe 1965).

Wittmann, Gerhard (1988): Über die Möglichkeiten bei der Befragung von Kindern – Bedingungen und Probleme. In: Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): Medien im Alltag von Kindern und Jugendlichen. Methoden, Konzepte, Projekte. Weinheim, München, S. 159-173 [DJI Materialien].

Yarrow, L. J. (1960): Interviewing children. In: Mussen, P.E. (Hrsg.): Handbook of research methods in child development. New York: Wiley 1960.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.