pedocs
Open Access Erziehungswissenschaften

DIPF

Aufenanger, Stefan

Medientheoretische Ansätze

Diskurs 4 (1994) 1, S. 17-23

Quellenangabe/ Reference:
Aufenanger, Stefan: Medientheoretische Ansätze - In: Diskurs 4 (1994) 1, S. 17-23 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-66604 - DOI: 10.25656/01:6660

https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-66604
https://doi.org/10.25656/01:6660

in Kooperation mit / in cooperation with:
Deutsches Jugendinstitut*https://www.dji.de*

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

pedocs
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Digitalisiert

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

DISKURS

Studien zu Kindheit, Jugend, Familie und Gesellschaft

THEMA

Aufwachsen im Medienalltag

Gaiser
Aufwachsen im Medienalltag.
Einführung in das Thema 2
Die Medien und insbesondere das Fernsehen stehen im öffentlichen Interesse. Qualitätsverlust und die Darstellung von Gewalt und Sexualität werden kritisiert. Gleichzeitig prägen sie Meinungen und zeichnen Bilder von Wirklichkeiten oder auch von Traumwelten. Wissenschaftlich ist ihre Wirkung umstritten. Wird die »Informationsgesellschaft« informiert oder wird sie durch die Medien manipuliert? Was bedeuten Medien für Kinder, Jugendliche und Familien? – Die Beiträge des Themenheftes »Medien« versuchen, Antworten zu geben und offene Fragen der Forschung zu benennen.

Feil
Kinder und Fernsehen: Das Problem mit der Medienerziehung 8
Mit den Veränderungen in der Medienlandschaft wird auch die Frage von Kontrolle und Medienerziehung neu gestellt. Welche Notwendigkeiten und welche Möglichkeiten gibt es, den Medienumgang von Kindern zu steuern?

Aufenanger
Medientheoretische Ansätze 17
Welche theoretischen Annahmen und empirischen Begründungen liefert die Medienforschung? Welche Perspektiven zeichnen sich ab?

Schaar
Medienwelten – Bilderwelten 24
Eine feuilletonistische Sicht von Jugendkultur stellt nach historischen Streiflichtern auf die letzten 30 Jahre einige Phänomene heutiger Medienwelten dar.

Barthelmes, Sander
Gewinn statt Gefährdung? 30
Der Medienumgang von Jugendlichen als Ausdruck persönlicher Geschmackskultur
Anhand der Ergebnisse qualitativer Interviews in Familien läßt sich zeigen, wie Jugendlichen aus dem Umgang mit Medien einen »persönlichen Gewinn«, vor allem für ihre Identität, ziehen können.

Mayr-Kleffel
Facetten weiblicher Medienkultur 43
Weibliches Medieninteresse unterscheidet sich schichtübergreifend von männlichem. Zwei Fallbeispiele weiblicher Medienwahlen zeigen die Verbindung spezifischer Problemkonstellationen in der weiblichen Adoleszenz.

Klingler, Schönenberg
Kinder und Medien –
Eine alltägliche Beziehung 48
Die Studie »Kinder und Medien 1990« liefert repräsentative Daten zur Entwicklung der Mediennutzung seit 1979, zum Vergleich der alten und neuen Bundesländer und zu den Präferenzen von Jungen und Mädchen.

INTERVIEW

Wege und Auswege der Mediendebatte.
Perspektiven für Forschung und Pädagogik 56
Der Medienexperte Ben Bachmaier antwortet auf Fragen des DISKURS

VARIA

Alt, Bien
Eigeninteresse oder Solidarität ?
Die moderne Mehrgenerationenfamilie. 62
Nach den Ergebnissen einer repräsentativen DJI-Studie zeigen sich vielfältige Formen der Unterstützung zwischen den Generationen

LITERATURREPORT

Barthelmes, Mayr-Kleffel
Wie halten Sie es mit der Gewalt? 68
Ein kritischer Überblick über ausgewählte Literatur zur Wirkung von Gewaltdarstellungen in den Medien

ZUSAMMENFASSUNGEN/ SUMMARIES/ RÉSUMÉS

. 75

Impressum 80

Stefan Aufenanger

Medien-theoretische Ansätze

Mit dem Verlust traditioneller Sinnagenturen – wie sie etwa die Familie sowie religiöse Institutionen darstellten – entsteht die Notwendigkeit für neue gesellschaftliche Orientierungshilfen für die Subjekte. Verschärft gilt dies für Jugendliche, die im Prozeß der Ablösung von Familie und dem damit verbundenen Aufbau eines selbstbestimmten Lebens Hilfestellung benötigen. In den modernen Gesellschaften treten an die Stelle der genannten Institutionen nun die Massenmedien mit ihren symbolischen Angeboten. Sie präsentieren bestimmte Lebensformen und -stile, geben Hinweise auf Handlungsmöglichkeiten, bieten Normen und Werte an und versuchen bestimmte Weltbilder anzubieten. Mit diesen Ansprüchen treten die Massenmedien als moderne Sinnagenturen an die Stelle kultureller Traditionen der Sinnvermittlung und werden dadurch ein Teil der Kultur. Die Medienforschung hat sich nun mit diesen neuen Formen zu beschäftigen, um die Veränderungen kultureller Muster durch die Massenmedien einfangen zu können. Um dies zu ermöglichen, sind einige theoretische, methodische und empirische Veränderungen notwendig, auf die im folgenden eingegangen werden soll (vgl. auch Charlton/Neumann-Braun 1992). Dies sind vor allem die Entwicklungen im theoretischen Bereich, in denen philosophische und sozialwissenschaftliche Handlungstheorien zum Tragen kommen und vor allem mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung einen prominenten Rang eingenommen haben. Weiterhin müssen neuere kulturtheoretische Ansätze dazugezählt werden sowie die methodische Orientierung zu qualitativen Erhebungs- und Auswertungsverfahren.

Prof. Dr. Stefan Aufenanger, geboren 1950; Studium der Erziehungswissenschaft, Soziologie und Psychologie in Mainz mit Abschluß Diplom-Pädagoge; Promotion in Soziologie; Habilitation in Pädagogik; Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Hochschulassistent am Pädagogischen Institut der Universität Mainz; Stipendiat der Deutschen Forschungsgemeinschaft; ab Oktober 1993 Professor für Erziehungswissenschaft/Medienpädagogik an der Universität Hamburg. Arbeitsschwerpunkte: Qualitative Forschungsmethoden, Medienforschung und Medienpädagogik, Moralische Erziehung. Veröffentlichungen: Erziehung zur Gerechtigkeit (mit D. Garz und M. Zutavern); Handlung und Sinnstruktur (mit M. Lenssen); Neue Medien – Neue Pädagogik; Kinder im Fernsehen – Familien beim Fernsehen, sowie mehrere Aufsätze zu Fragen qualitativer Forschungsmethoden, zur Medienerziehung und Medienforschung sowie zur Moralerziehung.

Korrespondenzanschrift:
Prof. Dr. Stefan Aufenanger
Hegelstraße 54
55122 Mainz

Handlungstheoretische Orientierung

Als wichtigstes Moment halte ich den Paradigmenwechsel von einer mechanistischen Konzeption der Medienwirkung hin zu einer handlungstheoretischen Konzeption des Rezeptionsprozesses. Der mechanistische Ansatz geht entweder von einer Vorstellung von kausalen Wirkungsprozessen von Medien aus oder nimmt eine kausale Sichtweise der Rezeption in dem Sinne ein, daß die Zuschauer das aus den Medien wählen, was sie wollen. Die handlungstheoretische Perspektive sieht die Mediennutzung dagegen als eine parasoziale Interaktion, in der Zuschauer bzw. Rezipient den Medien Bedeutungen zuschreiben und sie auch für sich funktionalisieren, die Medien aber auch auf den unterschiedlichsten Ebenen bedeutungskonstituierend wirken. Besondere Bedeutung bei diesem Paradigmenwechsel hat die Strukturanalytische Rezeptionsforschung gewonnen, wie sie von der Freiburger Arbeitsgruppe um Michael Charlton und Klaus Neumann-Braun entwickelt wurde (Charlton/Neumann 1986, 1990 b).

Kennzeichen der Strukturanalytischen Rezeptionsforschung ist die Orientierung am rezipierenden Subjekt in einer Interaktionssituation. Im Zentrum der empirischen Forschung steht die Frage, »wie Kinder Medien benutzen a) in Abhängigkeit von ihren kognitiven Fähigkeiten und im Zuge der Entwicklung ihrer Sachkompetenz, b) im Kontext ihrer sozialen Fähigkeiten und als Mittel zur Entwicklung befriedigender Sozialbeziehungen und c) im Zusammenhang mit ihren entwicklungsbedingten Affekten und Ich-Leistungen, wobei die Ich-Struktur zugleich als Bedingung und als Entwicklungsziel der Medienrezeption angesehen wird« (Charlton/Neumann 1990 a, S. 37). Das heißt, daß die Bedeutung von Medien vor allem unter dem Gesichtspunkt der Auseinandersetzung mit der Sach- und der Sozialwelt und dem Selbst des Rezipienten gesehen wird. Damit wird auch die Frage gestellt, welche Rolle Medien bei der Lebensbewältigung spielen. Eine der grundlegenden Annahmen der Strukturanalytischen Rezeptionsforschung im Rückgriff auf das interaktionistische Paradigma ist, daß Massenkommunikation als soziale und die Medienrezeption als parasoziale Interaktion verstanden werden muß. Medienhandeln wird somit als Sonderfall allgemeinen Handelns gesehen und muß auch entsprechend analysiert werden. Hierbei werden vor allem die Theorie des Symbolischen Interaktionismus von George Herbert Mead, der Kontextualismus sowie der strukturgenetische Ansatz von Jean Piaget herangezogen. Für die Konzeptualisierung der Medienrezeption aus der Perspektive des Symbolischen Interaktionismus heißt dies, daß der symbolische Gehalt von Kommunikation betont wird und daß von einem intersubjektiv geteilten Bedeutungsgehalt von Interaktionen, der unabhängig von den rezipierenden Subjekten existiert, ausgegangen wird. Aus dieser Perspektive muß auch der in der Medienforschung verwendete Handlungsbegriff reformuliert werden. Da Handlungen keinen dinglichen Charakter haben, müssen sie als Interpretationsprodukte gesehen und entsprechend konzeptualisiert in die empirische Forschung eingeführt werden. Mit dieser handlungsphilosophischen Orientierung wird auch der Regelbegriff als wesentliches Merkmal einer sozialwissenschaftlichen Analyse von Handlungen in den Mittelpunkt gerückt (Charlton 1987). Methodisch folgert daraus ein rekonstruktiver Ansatz, der bei der Analyse von Fallstrukturen jene Regeln zu verstehen versucht, die Handlungen und Interaktionen hervorrufen. Mit dem Kontextualismus (Charlton/Neumann 1988) wird die Sichtweise geteilt, daß soziale Handlungen aus ihrem natürlichen Kontext heraus beschrieben und erklärt werden sollen. Und mit dem strukturgenetischen Ansatz geht die Sichtweise des Kindes als ein aktives, die Realität rekonstruierendes und konstruierendes Subjekt einher. Unter einer übergeordneten sozialisationstheoretischen Perspektive wird damit ein Aneignungskonzept vertreten, in dem das Kind die Realität hermeneutisch interpretiert und seine Kompetenzen durch Rekonstruktion der in den Interaktionen vorkommenden Regeln aufbaut. All die genannten theoretischen Positionen fließen bei der Analyse der Medienrezeption ein.

Auf dieser Grundlage lassen sich nun drei voneinander zu differenzierende Perspektiven beschreiben, in denen Medien thematisch werden und die bei der Analyse leitend sind:

- die Bedeutung der Medien für die Lebensbewältigung und zur Identitätsbildung und -wahrung unter dem Aspekt der Mediensozialisation;
- die Einbettung der Medienrezeption in einen situativen und kulturellen Kontext als der strukturelle Aspekt der Rezeption;
- die Auseinandersetzung des Rezipienten mit einem Medienangebot als der prozessuale Aspekt der Rezeption.

In der Perspektive der Mediensozialisation spielen Begriffe aus der Persönlichkeitspsychologie eine besondere Rolle. Es geht hierbei um die Frage, welche Motive und Bedürfnisse Kinder – natürlich auch Erwachsene – bei der Medienrezeption leiten. Charlton und Neumann (1986) greifen dazu das Konzept des Themas auf, welches als Reaktion entweder auf ein äußeres Handlungsproblem oder auf eine zu bewältigende Entwicklungsaufgabe aufgefaßt wird. Themen stellen sich zum Beispiel in verschiedenen Lebensabschnitten ein, wenn notwendige Entwicklungsaufgaben gelöst werden müssen, diese Lösung aber als eine gelungene Abgleichung der inneren Handlungsentwürfe und ihrer sozialen Realisierung noch aussteht. Ein Thema stellt nun eine bestimmte Art und Weise der Lösung dieses Problems dar und realisiert sich über eine »Szene«, in der symbolisch die Bewältigung vorgestellt wird. Solche Themen können etwa Handlungsentwürfe oder Selbstbilder sein (z.B. »Groß-sein-Wollen« oder »Geborgenheit-suchen«). Ein Thema ist handlungsleitend, da es diesen Bedürfnissen Ausdruck verschaffen will; es stellt eine Motivierung für die Ausführung einer Handlung dar. Das rezipierende Kind geht nun thematisch voreingenommen in die Rezeptionssituation, d. h. es versucht selbst, in der Rezeptionssituation (z. B. beim Vorlesen auf dem Schoß des Vaters) Geborgenheit zu finden oder in den Medieninhalten (z. B. so stark zu sein wie He-Man) eine Szene zu finden, die das Thema symbolisch repräsentiert. Da die Bewältigung von Themen für die Persönlichkeitsentwicklung – oder sozialisationstheoretisch gefaßt: für die Identitätsbildung – von entscheidender Bedeutung ist, wird im Ansatz der strukturanalytischen Rezeptionsforschung Mediennutzung unter produktiven Gesichtspunkten gesehen. Durch die Möglichkeit der Spiegelung, also der symbolischen Repräsentanz des Themas in der Interaktionssituation oder im Medieninhalt, eröffnet sich auch dessen Bewältigung. Um diese Möglichkeiten jedoch genauer ana-

lysieren zu können, müssen die entsprechenden Situationen unter dem strukturellen Aspekt der Medienrezeption betrachtet werden.
Zum Strukturaspekt werden folgende Ebenen gezählt (Neumann 1989):

a) das kulturelle Sinnsystem, welches sich in Ökonomie und Kultur, in den Medienproduktionssystemen sowie in der Sinnstruktur des Medienangebots repräsentiert;
b) der soziale Kontext, d.h. die Interaktionsfelder, in der die Rezipienten stehen, oder die aktuelle Rezeptionssituation und
c) Subjektstrukturen, also die Bedürfnisstruktur, die kognitive Kompetenz sowie Abwehr- und Bewältigungsprozesse, jeweils unter besonderer Berücksichtigung von Entwicklungsstand und -aufgaben.

Die strukturanalytische Rezeptionsforschung verlangt nun eine strukturale Analyse der Bedeutungsstrukturen auf jeder dieser drei Ebenen. Das heißt zum Beispiel, daß der symbolische Bedeutungsgehalt eines Buches rekonstruiert werden muß, welches eine Mutter ihrer Tochter vor dem Einschlafen vorliest. Darauf folgt eine Analyse der Interaktionen zwischen den beiden, und zum Schluß wird nach den Fähigkeiten des Kindes zur Rezeption der vorgelesenen Geschichte gefragt.
Die gleiche Situation kann aber auch unter dem Prozeßaspekt einer Analyse zugänglich gemacht werden. Danach gliedert sich der Rezeptionsprozeß in drei Phasen:

a) in die Vorphase, in der ein handlungsleitendes Thema auf die Gestaltung der Rezeptionssituation und der Auswahl der Medien und ihrer Inhalte Einfluß nimmt;
b) die Hauptphase, in der das thematisch voreingenommene Sinnverstehen im Zentrum steht, das Thema in dem benutzten Medium zur Spiegelung kommt und in den Medien zur Steuerung der Rezeptionssituation verwendet werden und
c) die Nachphase, in der die sozialen Beziehungen mit Hilfe der Rezeptionssituation gestaltet werden und die Vermittlung von Medieninhalten und eigener Lage bzw. Biographie im Rahmen der Lebensbewältigung stattfindet.

Mit der strukturanalytischen Rezeptionsforschung tritt also ein Ansatz an, der die Komplexität des Phänomens Medienrezeption angemessen zu erfassen versucht und dabei auf entsprechende Forschungstraditionen in den Sozialwissenschaften zurückgreift. Die dazu vorliegenden empirischen Untersuchungen machen deutlich, daß die Prämisse dieses Ansatzes, nämlich Mediennutzung als para-soziale Interaktion zu verstehen, größtenteils erfüllt werden kann.

Medienanalyse als Kulturanalyse

Medien als Teil der Kultur zu sehen und dementsprechend kulturtheoretische Ansätze bei Analysen miteinzubeziehen, ist eine weitere wichtige Entwicklung in der Medienforschung. Kultur wird nicht mehr nur präskriptiv, also wertend im Sinne einer besonderen Bildung und Tradition verstanden, sondern auch deskriptiv, also beschreibend im Sinne von besonderen Handlungsmustern, die verschiedene gesellschaftliche Gruppen ausbilden, um miteinander zu kommunizieren. Kultur impliziert demnach also nicht mehr Markierung von Defizit, sondern Aufzeigen von Differenz. Versteht man Kultur als die Ordnung des Symbolischen, dann rückt die Art und Weise in den Blickpunkt, wie Menschen miteinander kommunizieren, welche Bedeutungen sie sich und Objekten zuschreiben und wie diese Symboliken in den Alltag eingebettet sind. Die Medien spielen dabei in jenem Sinne eine besondere Rolle, da sie zum einen selbst als Produzenten von Sinn angesehen werden müssen und damit ein Teil der alltäglichen Sinnproduktionen übernehmen und damit auch das (mit)bestimmen, was die Alltagskultur prägt, zum anderen Medien in ihren Geschichten sich aber auch an diesen alltagskulturellen Praktiken orientieren, sie aufgreifen und in das Ensemble der Kulturindustrie integrieren.
Aus diesen Gründen kann man Medienanalyse immer auch als Kulturanalyse verstehen, indem die Medienforschung die Aufgabe bekommt, die medial bedingten Kommunikationsstrukturen in ihrer Prägung für das Alltagsleben zu untersuchen. Weiterhin läßt sich das Verhältnis von Medien und Kultur insgesamt betrachten. Dies kann unter einer dreifachen Perspektive geschehen:

a) Welche Kultur transportieren die Medien auf einer inhaltlichen Ebene,
b) inwiefern werden Medien Bestandteil kultureller Handlungen und
c) ob Medien nicht selbst schon Kulturinstitutionen werden.

Zum erstgenannten Aspekt liegt z.B. eine ausführliche Analyse zum Medium Fernsehen vor (Frank/Maletzke/Müller-Sachse 1991), der zweitgenannte Aspekt ist vor allem durch die Studien der Birmingham-Schule (Willis 1977) bearbeitet und im deutschsprachigen Raum durch die Studien am Deutschen Jugendinstitut (Barthelmes/Mayr-Kleffel/Sander 1992) sowie von Heinz Hengst (Hengst 1991, 1993) aufgegriffen worden. Hengst analysiert z.B. in seinen Arbeiten, wie Kinder sich in ihrem Alltagsverhalten und Spiel auf die Angebote der Kultur- und Konsumindustrie beziehen, sich diesen aber nicht einfach nur anpassen und die vorgegebenen Muster reproduzieren, sondern sie ausgestalten, in ihre Vorstellungen integrieren und verändern. Im Zentrum seiner Studien stellt Hengst den Script-Begriff, der als Drehbuch für die Gestaltung der Alltagswelt von Kindern und Jugendlichen verstanden wird. Scripts haben eine objektive und eine subjektive Seite. Die objektive Seite ist jene, die die Industrie für ihre Medienprodukte – ob Filme, Spie-

le, Spielzeug – mitliefert. Sie geben damit an, wie sie verwendet werden sollten, in welche Zusammenhänge sie gehören und welche Identifikationsmöglichkeiten sie anbieten. Transportiert werden diese Scripts häufig in Form von Werbespots, aber auch in speziellen Arrangements der Jugendkultur (z. B. in Discos). Die subjektive Seite der Scripts stellt nun die Form des Aufgreifens dieser Angebote dar, also die Art und Weise, wie Kinder und Jugendliche das normativ vorgegebene Drehbuch neu schreiben, umgestalten, interpretieren und die Medien-symbolik neu inszenieren. Die objektiven Scripts beeinflussen nach diesem Ansatz nicht direkt die Alltagskultur, dringen aber gefiltert in diese ein und prägen sie damit auch.

Gewaltrezeption und Geschlecht

Eine wichtige Perspektive in der Medienforschung eröffnet die Frage nach der Bedeutung des Geschlechts, und zwar als Ergebnis bei Produktanalysen sowie auch in Rezeptionsstudien. Geht man davon aus, daß das Geschlecht ein entscheidender Faktor in unserer Gesellschaft nicht nur für die eigene Identität in Kindheit und Jugendalter bildet, sondern auch der kulturellen Codierung dient, dann können die Medien dabei eine bedeutsame Rolle spielen. Dies wird z. B. bei der Frage deutlich, welche Rollenstereotypen von Mädchen in Schulbüchern und Werbespots, welche Frauenrollen in Fernsehserien transportiert werden oder auch, wie unterschiedlich Jungen und Mädchen Zeichentrickfilme rezipieren. Welche Bedeutung geschlechtsspezifisch bedingte Rezeptionsprozesse haben, soll an einer empirischen Untersuchung von Theunert und Schorb (Theunert u. a. 1992) deutlich gemacht werden. In dieser Studie wurde gefragt, welches Verständnis von Gewalt Kinder entwickeln und wie sie Gewaltdarstellungen in Fernsehsendungen einschätzen. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Kinder nehmen überwiegend physische Gewalt wahr. Sie lehnen Gewalt ab, wenn Opfer drastisch Schaden erleiden.
- Jungen sehen Gewalt nur bei körperlichen Verletzungen und drastischen Folgen, Mädchen stufen dagegen schon Prügeleien als Gewalt ein.
- Kinder haben eine eigene Gewaltschwelle. Liegt die in Medien dargestellte Gewalt unterhalb dieser Schwelle, dann berührt sie das kaum, sie haben vielfach sogar Spaß dabei. So zum Beispiel in Zeichentrickfilmen, wenn Gewalt sich im Sinne des Guten rechtfertigen läßt, wie in vielen Actionfilmen, oder wenn die Folgen von Gewalthandlungen nicht sichtbar sind.
- Liegt die dargestellte Gewalt jedoch oberhalb der individuellen Gewaltschwelle, kann dies zu Ablehnung, Verunsicherung und Angst führen. Dies ist besonders dann der Fall, wenn es sich entweder um drastische sichtbare Folgen von Gewalthandlungen handelt, Gewalt in mysteriösen Zusammenhängen (z.B. Kult- und Opferhandlungen) oder in realitätsnahen Kontexten (z. B. Nachrichten, Krimis, XY... ungelöst) auftaucht.
- Differenzen zwischen Jungen und Mädchen lassen sich bei letztem Punkt in jener Hinsicht finden, daß manche Jungen auf drastisch sichtbare Folgen von Gewalt kaum mit den genannten Formen reagieren, sondern von dieser sogar fasziniert sein können.

Diese Ergebnisse lassen sich sehr gut mit jenen der Cartoon-Studien (Theunert 1993) der gleichen Arbeitsgruppe ergänzen. Auch dort ging es u. a. um Fragen des Gewaltverständnisses bei Kindern, jedoch bezogen auf Zeichentrickserien. Die schon erwähnten Ergebnisse erfahren in dieser Studie, die sich auf Kinder im Alter von sieben bis elf Jahren bezieht, ihre Bestätigung. Auch diese Kinder setzen sich mit dem Thema Gewalt in Zeichentrickfilmen auseinander und mißbilligen sie größtenteils. Dies trifft besonders auf die Mädchen zu, die Cartoons zwar mögen und auf Gewalt, nicht aber auf Action gerne verzichten.

Die empirischen Arbeiten betonen den Sachverhalt, daß schon in jungen Jahren geschlechtsspezifische Differenzen in der Fernsehrezeption vorhanden und insgesamt für die kulturelle Betrachtung des Mediums Fernsehens von Bedeutung sind. Denn wenn hier die Unterschiede in dem Sinne entscheidend sind, daß Mädchen stärker emotional auf Gewaltdarstellungen in den Medien reagieren und auch den Begriff »Gewalt« weiter fassen als die Jungen, dann dürfte dies auch grundsätzliche Bedeutung für den Umgang mit Gewalt in unserer Kultur haben. Der »männliche Blick« der Verharmlosung muß durch einen »weiblichen Blick« der emotionalen Betroffenheit in der Diskussion ergänzt werden. Damit ist gemeint, daß Männer in der Gewaltdebatte aggressive Verhaltensweisen und deren mögliche Folgen eher verharmlosen; wie Frauen mit diesen Darstellungen umgehen, findet dabei wenig Berücksichtigung. Auf diese unterschiedlichen Umgangsweisen hat besonders Renate Luca (1993) aufmerksam gemacht. Die Autorin bezieht sich in ihrer empirischen Studie auf die Rezeption von Horrorfilmen durch 15- bis 18jährige Jugendliche. Durch Intensivinterviews wird deutlich, daß zwar bei Jungen ebenso wie bei Mädchen dieses Filmgenre Angst auslösen kann, die weiblichen Zuschauerinnen aber dabei eine andere Erlebnisqualität erfahren: »Die Angstphantasien der Mädchen angesichts medialer Gewaltbilder gehen mit Erlebnisqualitäten einher, die ihre gesellschaftlich verankerte Machtlosigkeit und Ohnmacht psychisch verstärkt: Das Mit-Leiden statt Wut zeigen; das Fehlen von Haßgefühlen, um sich der lebensbedrohenden Gewalt zu widersetzen, die Flucht in die moralische Unschuld, die sie nicht erwachsen werden läßt, sondern infantil hält, und nicht zu-

letzt die Wendung der Aggression nach innen gegen sich selbst oder die Projektion der Minderwertigkeit auf andere Frauen« (Luca 1993, S. 214/215). Dieser empathischen Einstellung von Mädchen im Angesicht medialer Gewalt steht die distanzierte Einstellung der Jungen gegenüber.

Methodische Konsequenzen

Die oben beschriebene Medienanalyse als Kulturanalyse verlangt auch eine andere methodische Zugangsweise zu ihrem Objektbereich als die bisher betriebenen quantitativen Methoden. Symbolische Formen und Bedeutungen lassen sich eben nicht durch Zählen oder Messen erfassen; sie verlangen hermeneutische Verfahren. Die Hermeneutik hat ihre Tradition in den Geisteswissenschaften und zielt in ihrer sozialwissenschaftlichen Ausformulierung auf die Rekonstruktion von Bedeutungsgehalten von Texten, wobei der Textbegriff sehr weitgefaßt ist und alle sozialen bzw. kulturellen Gebilde meint, die sich prinzipiell versprachlichen lassen. Dies gilt etwa auch für Bilder und Filme, von denen für die Interpretation erst ein Protokoll angefertigt werden muß, welches eine Interpretengruppe zur Grundlage ihrer Analyse nimmt und auf das sich jeder bei seiner Interpretation auch beziehen kann und muß. In der Medienforschung gewinnen hermeneutische Methoden deswegen auch einen prominenten Rang, da Medien ja immer Vermittlungsaufgaben von entweder Texten oder symbolischen Formen – so auch Bildern – haben. Nimmt man als wichtige Weiterentwicklung in der Medienforschung die Kombination von Produkt- und Rezeptionsanalyse (Aufenanger 1990; Charlton/Neumann 1990a), dann bieten sich Bedeutungsrekonstruktionen nicht nur auf der Ebene der Analyse medialer Produkte an – wie etwa Fotos, Bilderbücher, Filme oder Werbespots –, sondern auch der Prozeß der Rezeption läßt sich mittels qualitativer Methoden rekonstruieren. Dabei können zwei Perspektiven eingenommen werden: die subjektive Perspektive der Rezipienten, also die Frage danach, welche Bedeutung sie den Medien und ihren Inhalten zuschreiben, und die objektive Perspektive, d.h. was es bedeutet, so und so mit Medien zu handeln, bestimmte Medienformen zu wählen oder sich mit ausgewählten Medienthemen zu beschäftigen. Um diese beiden Bedeutungskonstitutionen erschließen zu können, sind im ersten Fall – der subjektiven Perspektive – Tiefeninterviews und im zweiten Fall – der objektiven Perspektive – projektive Tests oder Interaktionsanalysen notwendig. Auf beides hat schon Adorno (1964) in seinen Überlegungen zum pädagogischen und gesellschaftlichen Stellenwert des Fernsehens in den sechziger Jahren hingewiesen. Denn seine Befürchtung war gewesen – und hat sich ja größtenteils auch bestätigt –, daß das Fernsehen auf das Unbewußte zielt und weniger an Aufklärung interessiert ist. Der Frankfurter Soziologe Ulrich Oevermann hat das Adornosche Anliegen in eine Methodologie der »objektiven Hermeneutik« umgesetzt und u.a. am Beispiel der Analyse von Fernsehsendungen – wie etwa die Begrüßung durch einen Moderator – ihren Erkenntnisgewinn für die Medienforschung veranschaulicht (Oevermann 1983).

Einige Beispiele sollen die entsprechenden qualitativen Vorgehensweisen veranschaulichen. In einigen neueren Ansätzen der Medienforschung werden z.B. weiterführende Forschungsdesigns entwickelt, die den kulturtheoretischen Einschlag auch pragmatisch auf der Ebene der Datenerhebung umzusetzen versuchen. Neben bestimmten Formen der teilnehmenden Beobachtung, die vor allem in der Untersuchung der Computernutzung durch Kinder und Jugendliche (Leu 1993) zu medienbestimmten Spielformen (Barthelmes/Feil/Furtner-Kallmünzer 1991) sowie zur Analyse familialer Umgangsformen mit Medien angewandt werden (Hurrelmann 1989, Aufenanger 1991), sind in den schon erwähnten Studien zum Verständnis der Medienrezeption von Gewalt bei jüngeren Kindern (7-11 Jahre) in der Forschungsgruppe von Theunert und Schorb nicht-sprachliche bzw. symbolische Formen der Datenerhebung entwickelt worden. In einer ersten Phase ging es um Präferenzen von Kindern für bestimmte Zeichentrickfilme und die Begründungen für deren Wahl. Dazu wurden auf eine Wandzeitung Smilie- und Mauli-Karten geheftet, auf denen die Kinder ihre drei liebsten (auf das lächelnde Smilie-Gesicht) bzw. die drei unbeliebtesten (auf das mißmutige Mauli-Gesicht) Zeichentrickserien aufschreiben sollten. Anschließend kreiste ein Hut mit Smilie- bzw. Mauli-Gesicht, und die Kinder sollten ihre Wahl begründen. Die zweite Phase interessierte sich für die Medienfiguren der Kinder. Eine Umrißfigur aus Pappe sollte mit bereitgestellten Utensilien, Schmuck und Kleidern als Lieblingsfigur ausgestaltet werden. Die Kinder wurden nach Vollendung ihrer Gestaltung zu ihren Werken einzeln interviewt. In der dritten und letzten Phase bekamen die Kinder Bilder vorgelegt, die Konfliktsituationen aus Zeichentrickfilmen enthielten; es ging dabei um ihr Verständnis von Konfliktlösungsmöglichkeiten und Gewaltverständnis. Die Kinder sollten zu von ihnen selbst ausgewählten Bildern Geschichten erzählen und den Fortgang des Konflikts dabei beschreiben. Diese methodische Vorgehensweise versucht, auf die nicht-verbalen Ausdrucksmöglichkeiten von Kindern einzugehen und deren projektive Anteile zur Interpretation und Beantwortung der Forschungsfragen aufzunehmen.

Als ein weiterer wichtiger Ansatz in der Medienforschung hat sich die Ethnographie erwiesen, in der nicht nur Interviews erhoben oder Interaktionsanalysen durchgeführt werden, sondern auch insgesamt die Lebenswelt als be-

deutsamer Faktor in den Forschungsprozeß miteinbezogen wird. Im deutschsprachigen Raum können dazu in erster Linie die Arbeiten von Jan-Uwe Rogge gezählt werden, der wichtige Ergebnisse zur Bedeutung von Medien und insbesondere des Fernsehens im Alltagshandeln von Familien zusammengetragen hat. Dazu zählt z. B., daß Familien Medien zur Regulierung von Nähe und Distanz bzw. von Gemeinsamkeit und Getrenntheit einsetzen, daß das Medienhandeln in den meisten Familien stark ritualisiert ist und daß die Art und Weise, wie Eltern das Medienhandeln im Alltag strukturieren, sich auf die Mediennutzung ihrer Kinder auswirkt. Um zu diesen Ergebnissen zu kommen, hat Rogge 1989 nicht nur Interviews mit den Eltern und Kindern durchgeführt, sondern auch am Familienleben teilgenommen, die Eltern und Kinder bei ihrer Mediennutzung beobachtet und sie sich erklären lassen als auch die Kinder in ihre Alltagswelt begleitet. Dieser ethnographische Ansatz hat international vor allem durch die Arbeiten von James Lull Bedeutung gewonnen. Eine von Lull herausgegebene Aufsatzsammlung (Lull 1988) gibt auch einen Einblick in ethnographische Forschungen anderer Kulturen, durch die die Mediennutzung in ihrem kulturellen Kontext deutlich wird.

Perspektiven

Wo sind nun noch Desiderate in der bisherigen Medienforschung auszumachen und wo wären in den neueren, hier referierten Ansätzen Weiterentwicklungen möglich bzw. auch notwendig? Zum einem fällt auf, daß in der Medienforschung neuere medientheoretische Diskussionen zu wenig rezipiert werden (z. B. Bolz 1990). Gerade in den Wandlungsprozessen der Hardware, also der technischen Konstruktion von Medien, können Veränderungen auftreten, die medientheoretische Bedeutung gewinnen. So lassen etwa die technischen Entwicklungen von virtuellen Realitäten und Cyberspace sich als neue mediale Strukturen verstehen, die die bisherigen Medien nicht enthielten. Damit können natürlich auch neue Rezeptions- und Interaktionsformen zum Vorschein kommen, die in der Medienforschung berücksichtigt werden müßten. Zum anderen wird in vielen Studien deutlich, daß das Wechselspiel der Nutzung unterschiedlicher Medien zu wenig in den Blickpunkt des Interesses rückt. Zwar wird sehr häufig Fernsehen mit Lesen verglichen (vgl. Bonfadelli/Fritz 1993), aber meist nur auf der Ebene von Korrelationsstudien und nicht auf der Ebene konkreter Fallanalysen (Ausnahme: Hurrelmann). Andere Medien bleiben dagegen in den meistens Studien außen vor. So werden in der frühen Kindheit die Hörkassetten und das Bilderbuch, in der mittleren Kindheit die Video- und Computerspiele und im Jugendalter das Kino vernachlässigt. Weiterhin meine ich, daß die Medienforschung sich auf nur wenige Altersbereiche beschränkt und die frühe und früheste Kindheit sowie das Alter zu sehr außer acht läßt. Gerade unter einer Sozialisationsperspektive ist es notwendig zu klären, wie sich so etwas wie Medienkompetenz bzw. das Verstehen von Medien entwickelt, um daraus dann spätere Mediennutzungsmuster besser verstehen zu können. Und auch Veränderungen von Medienverhalten im hohen Alter dürften ein wichtiger Aspekt sein, der auch Aufschluß über Bewältigungsmöglichkeiten von Senioren geben könnte (vgl. Kübler/Burkhardt/Graf 1991). Letzteres führt auch zu einem Blickwinkel, der insgesamt notwendiger wäre: Die Medienforschung beschäftigt sich insgesamt zu sehr mit repräsentativen Gruppen, währenddessen es interessanter wäre, spezifische Problemgruppen näher zu betrachten. Dazu würden etwa Familien in Problemsituationen (z. B. Arbeitslosigkeit, Scheidung, Tod eines Familienmitglieds, behindertes Familienmitglied) gehören. So zeigen ja Familienstudien (Charlton/Neumann 1986, 1990b), daß Medien eine bedeutsame Rolle spielen, um mangelnde Kontakte auszugleichen oder Probleme zu bewältigen. Natürlich darf auch die soziale Kategorie des Geschlechts nicht vergessen werden, die durch die oben referierten Studien zwar in den Blickpunkt des Forschungsinteresses gerückt ist, die man aber immer noch zu wenig findet.

Weiterhin scheint mir noch ein Thema wichtig zu sein, welches weniger einen bestimmten Gegenstandsbereich betrifft, sondern eher insgesamt forschungsleitend verstanden werden sollte. Es erscheint notwendig, gezielter auf die Frage einzugehen, was es heißt, in einer durch Medien bestimmten Welt aufzuwachsen. Wie verändern sich etwa Persönlichkeitsstrukturen, Weltbilder, Einstellungen und Handlungsweisen bei Kindern und Jugendlichen, die immer wieder mit neuen medientechnologischen Entwicklungen konfrontiert werden? Zu diskutieren wären diese Überlegungen aber auf der Folie auch veränderter Vorstellungen über Identität. So wird von manchen sozialisationstheoretischen Ansätzen die Eindimensionalität des traditionellen Identitätsbegriffs kritisiert und der Blick auf die Vorstellung gelenkt, daß Identität eine Vielfalt unterschiedlicher Referenzsysteme umfassen kann und besser als »patchwork«-Identität zu verstehen sei (Keupp/Bilden 1989). Hierzu sind vergleichende und Längsschnittstudien notwendig, die aber nicht die oben kritisierten Modelle einseitiger Medienwirkungen weiterführen, sondern gerade die hier skizzierten Weiterentwicklungen aufgreifen und empirisch umsetzen. Nicht zuletzt erscheint es notwendig, die Auswirkungen der Internationalisierung und Konzentrationsbestrebungen der Mediensysteme und der damit einhergehenden Ökonomisierung der kulturellen Gehalte von Medien in den Blick zu bekommen. Am Beispiel des

Themas »Kinder und Werbung« werden dazu erste Ansätze schon deutlich (Baacke/Sander/Vollbrecht 1993).
Zum Schluß noch ein Hinweis in kulturkritischer Perspektive: Vergleicht man die Medienforschung und insbesondere jene in medienpädagogischer Absicht in anderen Ländern mit der in Deutschland, dann fällt sofort der kulturpessimistische Unterton – oder manchmal auch Hauptton – in der deutschsprachigen Diskussion auf. Die Frage nach den negativen Wirkungen von Medien ist überwiegend eine typisch deutsche. In anderen Kulturen kommen dagegen eher die produktiven und konstruktiven Möglichkeiten zum Tragen; es werden Fragen nach dem Einsatz von Medien in Lehr- und Lernprozessen gestellt, die Wissenschaft berät bei der Produktion von Fernsehsendungen, insbesondere beim Kinderprogramm, und versucht, Produzenten und Rezipienten zusammenzubringen. Dies soll jedoch nicht heißen, daß unsere Forschungen den falschen Weg gehen; aber durch den Blick in andere Kulturen und auf die dortige Mediennutzung wird vielleicht die eigene Perspektive sinnvoll erweitert.

Literatur

Adorno, Theodor W.: Eingriffe. Neun kritische Modelle. Frankfurt/Main 1964

Aufenanger, Stefan: Fernsehen und neue Medien in der Familie. In: Aufenanger, Stefan (Hrsg.): Neue Medien - Neue Pädagogik? Bonn 1991, S. 82-95

Aufenanger, Stefan: Hermeneutische Fallrekonstruktion in der Medienforschung. In: Charlton, Michael/Bachmair, Ben (Hrsg.): Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen. München u.a. 1990, S. 210-236

Baacke, Dieter/Sander, Uwe/Vollbrecht, Ralf: Kinder und Werbung. Stuttgart 1993

Barthelmes, Jürgen/Feil, Christine/Furtner-Kallmünzer, Maria: Medienerfahrungen von Kindern im Kindergarten. München 1991

Barthelmes, Jürgen/Mayr-Kleffel, Verena/Sander, Ekkehard: Medienerfahrungen von Jugendlichen in Familien und Peer-groups. München 1992

Bolz, Norbert: Theorie der neuen Medien. München 1990

Bonfadelli, Heinz/Fritz, Angela: Lesen im Alltag von Jugendlichen. In: Lesesozialisation Band 2: Leseerfahrungen und Lesekarrieren. Herausgegeben von der Bertelsmann Stiftung. Gütersloh 1993

Charlton, Michael: Möglichkeiten eines sozialwissenschaftlichen Handlungsbegriffs für die psychologische Forschung. In: Zeitschrift für Sozialpsychologie 18, 1987, S. 2-18

Charlton, Michael/Neumann, Klaus: Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen. München 1986

Charlton, Michael/Neumann, Klaus: Mediensozialisation im Kontext. Der Beitrag des Kontextualismus und der Strukturanalyse für die Medienforschung. In: Publizistik 33, 1988, S. 297-315

Charlton, Michael/Neumann, Klaus: Rezeptionsforschung als Strukturanalyse. In: Charlton, Michael/Bachmair, Ben (Hrsg.): Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen. München 1990a, S.25-56

Charlton, Michael/ Neumann, Klaus u.a.: Medienrezeption und Identitätsbildung. Kulturpsychologische und kultursoziologische Studien zum Mediengebrauch von Vorschulkindern. Tübingen 1990 b

Charlton, Michael/Neumann, Klaus: Medienkindheit – Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung. München 1992

Frank, Bernward/Maletzke, Gerhard/Müller-Sachse, Karl H.: Kultur und Medien. Angebote–Interessen–Verhalten. Baden-Baden 1991

Hengst, Heinz: Medienkind heute. In: Aufenanger, Stefan (Hrsg.): Neue Medien – Neue Pädagogik? Bonn 1991, S.18-39

Hengst, Heinz (Hrsg.): Von, für und mit Kids. Kinderkultur in europäischer Perspektive. München 1993

Hurrelmann, Bettina: Fernsehen in der Familie. Weinheim 1989

Keupp, Heiner/Bilden, Helga (Hrsg.): Verunsicherungen. Das Subjekt im gesellschaftlichen Wandel. Göttingen 1989

Kübler, Hans-Dieter/Burkhardt, Wolfgang/Graf, Angela: Ältere Menschen und neue Medien. Eine Rezeptionsstudie zum Medienverhalten und zur Medienkompetenz älterer Menschen in Hamburg und Umgebung. Berlin 1991

Leu, Hans Rudolf: Wie Kinder mit Computern umgehen. München 1993

Luca, Renate: Zwischen Ohnmacht und Allmacht. Unterschiede im Erleben medialer Gewalt von Mädchen und Jungen. Frankfurt/Main 1993

Lull, James (Ed.): World families watch television. Newbury Park 1988

Lull, James: Inside family viewing. Ethnographic research on television's audience. London 1990

Neumann, Klaus: Kindlicher Medienkonsum im 20. Jahrhundert, in: Erlinger, Hans- Dieter (Hrsg.): Kinderfernsehen II. Essen: Blaue Eule 1989, S. 55-93

Oevermann, Ulrich: Zur Sache. Die Bedeutung von Adornos methodologischem Selbstverständnis für die Begründung einer materialen soziologischen Strukturanalyse. In: Friedeburg, L.V./Habermas, J. (Hrsg.): Adorno-Konferenz 1983. Frankfurt/Main 1983, S. 234-289

Rogge, Jan-Uwe: Brauchen Kinder Fernsehen? Heidi, Pumuckl und Biene Maja als Zeichen für Alltagserfahrungen. In: Erlinger, Hans-Dieter (Hrsg.): Kinderfernsehen II. Essen: Blaue Eule 1989, S. 95-124

Theunert, Helga/Pescher, Renate/Best, Petra/Schorb, Bernd: Zwischen Vergnügen und Angst – Fernsehen im Alltag von Kindern. Berlin 1992

Theunert, Helga (Hrsg.): »Einsame Wölfe« und »Schöne Bräute«. Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden. München 1993

Willis, Peter: Spaß am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule, Frankfurt 1977