

Angela Schorr (Hrsg.)

Jugendmedienforschung

Angela Schorr (Hrsg.)

Jugendmedien- forschung

Forschungsprogramme,
Synopsis, Perspektiven



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2009

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2009

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



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

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-14170-1

Inhalt

Vorwort	vii
1 Die moderne Jugendmedienforschung	
Jugendmedienforschung als empirisches Projekt <i>Angela Schorr</i>	3
2 Ausgewählte Forschungsprogramme und ihre Initiatoren	
2.1 Kognitionspsychologische Perspektiven in der Forschung zu Kindern und Medien. Daniel Andersons “Blue’s Clues” <i>Angela Schorr</i>	13
2.2 Fernsehen in der frühen Kindheit und seine kognitiven Entwicklungsfolgen in der Adoleszenz <i>Deborah L. Linebarger, Kelly L. Schmitt, Aletha C. Huston & Daniel R. Anderson</i>	41
2.3 Emotions- und motivationspsychologische Grundlagen als Basis der Jugendmedienforschung. Das Forschungspro- gramm von Dolf Zillmann <i>Angela Schorr</i>	63
2.4 Gefühle, Musik und paradoxe Stimmungsregulation bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen <i>Angela Schorr & Dolf Zillmann</i>	91
2.5 Entwicklungspsychologische und methodische Perspek- tiven: Ulla Johnsson-Smaragdis Grundlagenforschung zur Mediennutzung <i>Angela Schorr</i>	141

2.6	Vergleichende Jugendmedienforschung: Probleme und Perspektiven <i>Ulla Johnsson-Smaragdi</i>	165
2.7	Sozialpsychologische und soziologische Perspektiven: Lesen, Strukturieren, Bewerten - Heinz Bonfadellis Forschungsprogramm <i>Angela Schorr</i>	201
2.8	Die quantitative Jugendmedienforschung im Umbruch und das Programm der Züricher Schule <i>Heinz Bonfadelli</i>	223
2.9	Sozialpsychologische Perspektiven: Sonia Livingstones Weg von der kritischen Fernsehforschung zur Analyse der Internet-Generation <i>Angela Schorr</i>	279
2.10	Junge Menschen und Neue Medien. Prozesse der Verbreitung, Aneignung und Nutzung <i>Sonia Livingstone</i>	301
3	Ausblick	
3.1	Neue Gefahren: Onlinesucht – Exzessive Internetnutzung, die psychisch krank macht <i>Angela Schorr</i>	337
3.2	Good Communication: Gute Mediengewohnheiten als medienpsychologisches Thema <i>Angela Schorr</i>	391
4	Verzeichnis der Fotografien und Danksagungen	443

Vorwort

Die Idee zu einem einführenden Band in die moderne Jugendmedienforschung entstand auf dem European Communication Congress im Jahr 2003 in München. Die European Communication Association (heute: *European Communication and Education Association*) und die *International Communication Association* veranstalteten damals und in den darauf folgenden Jahren immer wieder Symposien, die die wissenschaftliche Arbeit in der Kinder- und Jugendmedienforschung anregen und den in diesem Feld engagierten Wissenschaftlern einen kontinuierlichen Austausch ermöglichen sollten. Einen Reader, der Studierende und junge Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in das Thema, in die besondere Systematik, die Vorgehensweisen, die Ergebnisse und die vielfältigen praktischen Erkenntnisse der Jugendmedienforschung einführt, gibt es im deutschsprachigen Raum bisher nicht. Deshalb entschieden wir uns bei diesem Band für das Konzept einer soliden Mischung von aktuellen Originalarbeiten aus fünf international bekannten Forschungsprogrammen, jeweils begleitet von einführenden Kapiteln zum wissenschaftlichen und persönlichen Kontext dieser Arbeiten, verfasst durch die Herausgeberin. Für die fünf Forschungsprogramme zeichnen Daniel Anderson, Dolf Zillmann, Ulla Johnsson-Smaragdi, Heinz Bonfadelli und Sonia Livingstone verantwortlich.

Dem kompakten Block an Information, Daten und Analysen in Teil 2 dieses Bandes ist ein kurzes einführendes Kapitel vorangestellt (Teil 1). Zwei weitere Kapitel zur Zukunft der Kinder- und Jugendmedienforschung schließen sich in Teil 3 des Bandes an.

Alle Forscherinnen und Forscher, die zu diesem Band beigetragen haben, sind bis heute in der Kinder- und Jugendmedienforschung in nationalen und internationalen Projekten engagiert und vielfältig vernetzt tätig. Nur eine Kollegin ist heute nicht mehr bei uns: Ulla Johnsson-Smaragdi starb völlig unerwartet am 25. Oktober 2006 an einer Krebserkrankung. Ihrem Andenken widmen wir diesen Band.

Ein Buch wie dieses kann man nicht allein schreiben, und es gibt immer ein Team hinter dem Team: Bei der Fertigstellung dieses Bandes haben mir der angehende Diplom-Medienwirt Dennis Meijlink, die angehende Diplom-Medieninformatikerin Jacqueline Tabi und Diplom-Sozialpädagogin Marion Bloos in vielfältiger Weise geholfen, und das trotz Examens-bedingter Zeitnot und mancher anderer Hindernisse. Ihnen gebührt mein besonderer Dank. Ein Teil der in den Kapiteln 3.1 und 3.2 erstmals veröffentlichten Ideen und Konzepte ist im Rahmen der Projektförderung für eine Studie zum Mediengebrauch von Kindern und Jugendlichen, gefördert durch die Stiftung Ravensburger Verlag, entstanden, die in Kürze publiziert werden wird. Auch der Stiftung Ravensburger Verlag gilt mein Dank.

Angela Schorr
Siegen im August 2008

Teil 1

Die moderne Jugendmedienforschung

1 Jugendmedienforschung als empirisches Projekt

3

Jugendmedienforschung als empirisches Projekt

Angela Schorr

Die Kinder- und Jugendmedienforschung ist ein Forschungsfeld, das seit Jahrzehnten chronisch unterfinanziert ist, in dem - gemessen an den anspruchsvollen Aufgaben - zu wenig wissenschaftliches Personal engagiert ist und das nur langsam, vermittelt über das hohe Forschungsinteresse an den neuen Medien, in das Blickfeld von Stiftungen, Drittmittelgebern und EU-Verantwortlichen rückt. Dieses Kapitel skizziert die aktuelle Lage und stellt einige strategische Überlegungen für die Neuausrichtung der Forschung vor.

Schlagnote: Mediennutzung, gute Medienkommunikation, Internet Café, Spielekonsolen, Medienbindung

Betrachtet man das Feld der Kinder- und Jugendmedienforschung, so kann man gelegentlich den Eindruck gewinnen, dass hier noch das Prinzip vorherrscht: Kindheit und Jugend - da wächst man raus! Warum also dazu grundlegend forschen? Obwohl das Thema „Kinder und Medien“ einer breiten Öffentlichkeit und interessierten Eltern gut vermittelbar ist, weshalb auch immer wieder öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen, finanziert von Stiftungen, Ministerien, Schulen, Elterninitiativen, Medienunternehmen etc. stattfinden, handelt es sich dennoch nicht um einen gut etablierten, anerkannten Bereich der Medienforschung. Ähnlich wie in der Medizin, in der man erst vor wenigen Jahren „entdeckt“ hat, dass es zur medikamentösen Behandlung von Kindern u. U. spezieller Medikamente bedarf und die übliche Versorgung mit „Erwachsenenmedikamenten“ und an reinen Erfahrungswerten orientierten Dosierungen durchaus gefährlich ist, gibt es auch in der sozialwissenschaftlichen Medienforschung zu vielen gesellschaftlich drängenden Problemen große weiße Felder, die auf bisher unbearbeitete Fragestellungen verweisen.

Viele praktische Ratschläge zur Medienerziehung, die heute als „auf wissenschaftlich gesicherten Erkenntnissen“ beruhend vorgestellt und verbreitet werden, sind tatsächlich weitgehend ungesichert, häufig einseitig und widersprüchlich, und auf ihre pädagogische Wirksamkeit hin nie überprüft worden. Zudem scheinen

die Erkenntnisse der Medienforscher im Bereich der Kinder- und Jugendmedienforschung besonders schnell zu veralten. Die rasante technologische Entwicklung hinterlässt hier, wie überall, tiefe Spuren. Jugendmedienforscher befassen sich mit einer Nutzergruppe, die sich nicht nur (im Wortsinn) in dieser Lebensphase kontinuierlich entwickelt und verändert. Ihre Mediennutzung ist auch besonders flexibel und dem vergleichsweise hohen eigenen Entwicklungstempo angepasst. Wer weiß heute noch, was ein Tamagochi ist und warum so viele Kinder und Jugendliche sich dafür begeisterten? Wer kann in Zeiten multifunktionaler Handys noch nachvollziehen, warum Eltern und Kinder sich um die Ausgabe und den Verbrauch von Telekom-Telefonkarten für Kartentelefone stritten und warum viele Jugendliche begannen, diese Telefonkarten zu sammeln? Welcher Jugendliche würde sich heute, in Zeiten der visuellen Revolution auf den Computerbildschirmen, noch für ein Computerspiel, das vor 10 Jahren en vogue war, interessieren und die davon ausgehende Faszination nachvollziehen können?

Die Medien verändern sich, Erziehungsstandards verändern sich - wenn auch vergleichsweise deutlich langsamer - und dennoch ist es möglich, durch sorgfältige, empirisch-quantitative theoriengeleitete Grundlagenforschung, durch konsistente und kontinuierliche wissenschaftliche Arbeit und mit viel Enthusiasmus grundlegende Erkenntnisse zu gewinnen. Dabei entstehen Theorien, die - trotz des hohen Tempos in Bezug auf den technologischen Wandel - Prognosen für die künftige Mediennutzung und ihre zentralen Determinanten ermöglichen. Es wird eine Basis für Interventionsverfahren gelegt, die wissenschaftlich fundiert und in ihrer Wirkung jederzeit überprüfbar sind. Ohne belehren zu wollen, entsteht, wie in jedem anderen Wissenschaftsfeld üblich, die Chance auf verschiedene Optionen, aus denen man wählen bzw. die man je nach Sachlage umsetzen kann. Für eine solche Entwicklung in der Kinder- und Jugendmedienforschung stehen die in diesem Band vorgestellten Forschungsprogramme. Hier zeigen international anerkannte Experten, wie es geht. Stärken, aber auch Schwächen dieser Programme werden deutlich. Trotz vieler Wissens- und Erkenntnislücken in jedem einzelnen Programm und trotz der inhaltlichen Heterogenität der Ansätze wird dennoch erkennbar, dass hier wissenschaftlich gewonnenes Wissen kontinuierlich wächst und dass mit dem Einsatz von mehr Personal und einer angemessenen Finanzierung national wie international in kurzer Zeit viel erreicht werden könnte. Die individuellen Forschungsprogramme, die hier vorgestellt werden, sind in der internationalen Jugendmedienforschung einschlägig bekannt und formulieren Positionen, die heute einflussreich sind.

In den letzten Jahren ist das Interesse an der Kinder- und Jugendmedienforschung deutlich gewachsen. Gemäß dem Trend zu mehr internationaler Visibilität fand diese Entwicklung im Jahr 2007 Ausdruck in der Gründung einer neuen

Fachzeitschrift, dem bei Taylor & Francis herausgegebenen „*Journal of Children and Media*“. Internationale Publikationen müssen nun nicht mehr in den einschlägigen kommunikationswissenschaftlichen und medienpädagogischen Zeitschriften bzw. in fachferneren Journalen wie dem „*Journal of Adolescent Health*“, der „*Adolescence*“, dem „*Journal of Child and Adolescent Mental Health*“, dem „*Child and Adolescent Social Work Journal*“ und verschiedenen Informatik-Organen um Aufnahme werben. In der neuen Zeitschrift kann sich das Fachgebiet international geschlossen darstellen.

Aktuelle Studien zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen

Im deutschsprachigen und im internationalen Raum hat man sich in den letzten 10 bis 15 Jahren seitens verschiedener Träger - Stiftungen, staatlicher und halbstaatlicher Forschungsinstitute, Forschungsverbände der Medienwirtschaft etc. - dazu entschlossen, Studien zur Kinder- und Jugendmediennutzung in jährlichen bzw. mehrjährigen Abständen kontinuierlich zu finanzieren. In Deutschland werden auf diese Weise regelmäßig relevante Daten im Rahmen der „*ARD/ZDF-Online Studie*“ (14 bis 18 Jahre) gesammelt. Der *Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest* erfasst im Rahmen der in zumeist jährlichen Abständen erscheinenden KIM- und JIM-Studien (vgl. Kapitel 3.2.) den sich verändernden Mediengebrauch bei Kindern (6 bis 13 Jahre) und Jugendlichen (12 bis 19 Jahre) unter Einbezug vieler medienpädagogisch relevanter Fragestellungen. Dennoch gibt es allenthalben Lücken: Im Rahmen des aus EU-Mitteln (*Safer Internet Plus Programme*) finanzierten „EU Kids Online“-Projekts (Laufzeit: 2006-2009), in dem ein Überblick über die vorhandene Forschung zur Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen (insbesondere zur Internetnutzung) auf der Ebene der europäischen Nationalstaaten erstellt werden soll, kam Haddon (2007) in einer ersten Einschätzung zu dem Schluss, dass es noch viel zu wenige Studien zum Mediennutzungsverhalten von *Kindern* gebe. In den repräsentativen Befragungsstudien und Erhebungen der europäischen Nationalstaaten wird vorwiegend die Gruppe der Jugendlichen erfasst, beginnend mit den 14- bzw. 15-Jährigen (s. auch die o.g. ARD/ZDF-Online Studie!).

Als international vorbildlich, nicht nur in Bezug auf das finanzielle Engagement, sondern auch und vor allem in Bezug auf die Konzeption solcher Untersuchungen, gelten heute die von der amerikanischen *Kaiser Family Foundation* unter Leitung des renommierten Kommunikationsforschers Donald Roberts von der Stanford University durchgeführten Studien „*Growing up wired: Survey on youth and the internet in the Silicon Valley*“ (2003) und „*Generation M: Media*

in the lives of 8-18 year olds" (2006). Die auf Fragestellungen der Computer- und Internetnutzung ausgerichtete Befragung bei Jugendlichen im Silicon Valley („Growing up wired“) zielte darauf ab, in einer technologisch hoch innovativen Region möglichst frühzeitig Daten darüber zu gewinnen, wie die amerikanische Jugend mit dem Internet künftig umgehen wird. Das Silicon Valley diente dabei als Feldlabor der besonderen Art. Viele Erkenntnisse aus diesem Projekt führten zu den innovativen Fragestellungen der repräsentativen „Generation M“-Studie („Generation Media“; 2006), in der Donald Roberts gemeinsam mit Ulla Foehr und Victoria Rideout erstmals umfassend das gesamte Medienumfeld, z.B. auch die lokale Positionierung der Medien daheim, die innerfamiliären Regeln zur Mediennutzung und die individuelle Medienbindung der jugendlichen Nutzer erfasste. Parallel dazu untersuchten sie den Zusammenhang zwischen Mediennutzung und personenbezogenen Variablen wie schulische Leistung, Lebenszufriedenheit und Persönlichkeitszügen (Sensationslust etc.). Differenzen zwischen exzessiven Mediennutzern und Mediennutzern mit sehr geringen Nutzungszeiten bei den befragten Kindern und Jugendlichen wurden ebenso analysiert wie auch erstmals das alltägliche mediale Multitasking der jugendlichen Nutzer.

Mit dem Wandel leben, den Wandel zum Partner machen ...

Forschungsergebnisse in der Jugendmedienforschung sind hoch kontextabhängig. Was für das eine Land gilt, ist u. U. bereits für das Nachbarland nicht mehr gültig. Die Mediennutzung ist ein voraussetzungsreiches Unterfangen und schon wenige differierende Umfeldkonditionen reichen aus, dass sich das Verhalten der jungen Nutzer von Nation zu Nation stark unterscheidet.

Zwei Beispiele seien hier genannt: Britische Eltern haben traditionell (und durchaus nachvollziehbar) eine hohe Meinung von der Qualität ihrer BBC-Fernsehprogramme. Von ihnen und vom Fernsehen generell schien keine Gefahr auszugehen. Nahezu alle Kinder und Jugendlichen, die in Großbritannien am späten Nachmittag nach Hause kommen, finden heute in ihrem Zimmer einen eigenen Fernseher vor. In keinem Land standen und stehen so viele Fernseher in Kinder- und Jugendzimmern. Dass die simple Positionierung des Fernsehers im eigenen Zimmer den Fernsehkonsum merklich steigert und dadurch das Leistungsverhalten und die Gesundheit (Übergewicht) der jungen Zuschauer nachhaltig beeinflusst, ist eine neue Erkenntnis, die sich erst in den letzten Jahren durch empirische Forschung zweifelsfrei bestätigen ließ. Ein anderes Beispiel: Nach der großen „Asienkrise“, den Finanz-, Währungs- und Wirtschaftsturbulenzen Ostasiens in den Jahren 1997 und 1998 subventionierte die südkoreanische Regierung

Breitbandanschlüsse und PCs für ihre Bürger. Zusätzlich wurden überall Internet Cafés eröffnet, die dort „Bang“ heißen. Auf Spielekonsolen wurden hohe Zölle erhoben, so dass die Nutzer, allen voran die Jugendlichen, zunächst die Gewohnheit ausprägten, daheim und in den Internet Cafés überwiegend am PC zu spielen. So bot Südkorea mit seiner jungen Generation einen idealen Boden für die Verbreitung des Onlinegaming per Computer, später auch per Spielekonsole. Zugleich ist Südkorea in seiner Forschung weltweit führend im Bereich der Onlinesucht und hat in den letzten Jahren so viele Beratungs- und Behandlungseinrichtungen zur Suchtbehandlung onlinesüchtiger Kinder und Jugendlicher eingerichtet wie kein anderes Land. Die Onlinesucht gilt heute als größte Gesundheitsgefahr für südkoreanische Kinder und Jugendliche (vgl. Kapitel 3.1).

Negativbeispiele, d.h. Beispiele für eine problematische bzw. exzessive Mediennutzung nehmen in der meist öffentlich geführten Diskussion zum Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen einen breiten Raum ein. Niemand fragt derzeit mehr danach, wie sehr britische Kinder und Jugendliche in der Vergangenheit von den BBC-Programmen in Bezug auf ihre schulische Bildung profitiert haben. Südkoreanische Forschungsarbeiten reflektieren nur selten den großen Nutzen der Computernutzung z.B. für Schüler und Studenten und für die junge Generation generell.

Im Rahmen dieser Einführung wird auf solche Beispiele lediglich zurückgegriffen, um zu dokumentieren, wie einzelne Entscheidungen das ganze „Regelwerk“ des täglichen Alltags verändern können. So wundert es nicht, dass sich selbst innerhalb von Europa die Mediennutzungsdaten bei Kindern und Jugendlichen kaum miteinander vergleichen lassen. Im Rahmen des EU-geförderten *Mediapro-Projektes* wurde eine Auswahl von europäischen Nationen in Bezug auf den Mediengebrauch unter explizitem Einbezug des spezifischen kulturellen Kontextes einzeln analysiert. N=7 400 junge Leute in 9 Ländern Süd-, Mittel- und Osteuropas im Alter von 12 bis 18 Jahren und N=1 350 Jugendliche in Quebec, Canada wurden von Januar 2005 bis Juni 2006 befragt, und zwar mit dem Ziel herauszufinden, wie sich junge Menschen digitale Medien aneignen („appropriate digital media“). Der Abschlussbericht dokumentierte die große Heterogenität dieser Aneignungsprozesse. Nur die „Internet dangers“-Perspektive bildete über alle Berichte hinweg einen roten Faden (vgl. *Mediapro*, 2006).

Wie lässt sich also in dieses Forschungsfeld Stabilität bringen? Oder sollen wir weiterhin dulden, dass Forschungsergebnisse erzeugt werden, die zu einem hohen Anteil binnen kurzer Frist veralten und an Gültigkeit verlieren? Konsequente, theoriengeleitete Grundlagenforschung ist hier die richtige Antwort. „Nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie!“, erklärte vor mehr als einem halben Jahrhundert der Sozialpsychologe Kurt Lewin (vgl. Schorr, 1993). Einen sol-

chen Satz könnten auch die Autorinnen und Autoren dieses Bandes unterschreiben. Die systematische Entwicklung von Theorien auf empirischer Basis hat nicht nur den Vorteil, Instrumente zu schaffen, mit denen neues Verhalten vorhergesagt werden kann. Sie hilft auch, Doppel- und Mehrfacharbeit bei leicht veränderten Ausgangssituationen in der Medienforschung zu vermeiden. Nicht zuletzt bildet sie die Basis für die wissenschaftliche Entwicklung von Interventionsstrategien aller Art (z.B. präventiv, pädagogisch, therapeutisch ausgerichtet), die in ihrer Wirksamkeit überprüfbar sind.

Wer sich den Wandel zum Partner machen will, muss forschungsmethodisch breit ausgebildet sein. In den Kapiteln des Teils 2 wird über eine Vielzahl von Forschungsprojekten berichtet. Bei diesen Studien wurde kaum ein Untersuchungsdesign, kaum eine anerkannte Forschungsmethode ausgelassen. Von experimentellen und quasi-experimentellen Designs über Verhaltensbeobachtung, Forschung im Feld, Panelstudien, Fokusgruppenbefragungen, Interviews und biopsychologische Erhebungen wird ein breites Spektrum von Verfahren aus der qualitativen und quantitativen Sozialforschung eingesetzt, um Veränderungsprozesse zu dokumentieren und wichtige Funktionsprinzipien zu entdecken.

Im Rahmen des „EU Kids Online“-Projekts haben Lobe, Livingstone und Haddon (2007) einen instruktiven Band veröffentlicht, einen sog. „Best Practice Guide“ für die Kinder- und Jugendmedienforschung, der in die wichtigsten Forschungsmethoden einführt und ein Plädoyer für die umfassende Anwendung von „multi-method-designs“ enthält. Als hilfreiche Besonderheit enthält er darüber hinaus spezielle Hinweise, wie man sozialwissenschaftliche Forschungsmethoden an die spezielle Probandengruppe der Kinder und Jugendlichen anpasst, welche Möglichkeiten der Online-Forschung bei dieser Zielgruppe bestehen und wie sie sich von konventionellen Verfahren unterscheiden, welche forschungsethischen Aspekte zu berücksichtigen sind und mit welchen Besonderheiten man bei länder- und kulturübergreifenden Studien rechnen muss.

Fiction educates! oder Gute Medienkommunikation als neues Forschungsfeld

Die heutige Kinder- und Jugendmedienforschung, das beklagen zahlreiche Experten, ist viel zu stark an der „Gefahrenperspektive“ und an Jugendschutzaspekten orientiert. Seit man sich auch mit den unterhaltenden Medienangeboten jenseits enger Wirkungsfragestellungen befasst, sie für Bildungsfragestellungen an Gewicht gewinnen und so erstmals zu einem legitimen Gegenstand der Jugendmedienforschung avancieren, lockert sich diese einseitige Ausrichtung. *Den-*

noch sind wir noch weit davon entfernt, die Frage beantworten zu können, was gute Medienkommunikation eigentlich ausmacht. Wie die beiden letzten Kapitel dieses Bandes deutlich machen, bedarf es dazu tatsächlich größerer Anstrengungen und einer Umorientierung des gesamten Forschungsfeldes, die hier nur teilweise geleistet werden kann. Die medienkritische Tradition in der Jugendmedienforschung ist noch zu übermächtig. Die in Teil 2 und Teil 3 publizierten Originalarbeiten machen deutlich, wie sehr die Jugendmedienforscher/innen mit der einseitigen Ausrichtung des Forschungsfeldes kämpfen. Grundlegend neue Erkenntnisse sind immer nur dann gewonnen worden, wenn man sich von der einengenden Perspektive medienpädagogischer und bildungspolitischer Anforderungen losgelöst hat. *Gute Medienkommunikation* grundlegend zu erforschen, ist eine wichtige Aufgabe der künftigen Kinder- und Jugendmedienforschung. Neuartige empirische Projekte, die gesicherte Erkenntnisse aus der gegenwärtigen Forschungstradition „mitnehmen“, können Abhilfe schaffen und dazu beitragen, das Feld neu abzustecken. Anregungen dazu lassen sich in diesem Band finden.

Literatur

- Haddon, L. (2007). Approaches to cross-national analysis: The EU Kids Online Project. Unveröffentlichter Vortrag, gehalten auf der Konferenz “The Good, the Bad and the Unexpected: The user and the future of information and communication technologies”, Moskau, Mai 2007.
- Lobe, B., Livingstone, S. & Haddon, L. (2007). Researching children’s experiences online across countries: Issues and problems in methodology. EU Kids Online Deliverable D4.1. Zu beziehen über: www.eukidsonline.net.
- Mediappro (2006). A European research project: The appropriation of new media by youth. Zu beziehen über: www.mediappro.org.
- Roberts, D. F., Foehr, U. G. & Rideout, V. (2006). *Generation M: Media in the lives of 8-18 year olds*. Menlo Park, CA: Kaiser Family Foundation.
- San Jose Mercury News & Kaiser Family Foundation (2003). Growing up wired: Survey on youth and the internet in the Silicon Valley. Zu beziehen über: www.kff.org.
- Schorr, A. & Wehner, E. G. (1993). Geschichte der Angewandten Psychologie. In A. Schorr (Hrsg.), *Handwörterbuch der Angewandten Psychologie. Die Angewandte Psychologie in Schlüsselbegriffen* (S. 291-296). Bonn: Deutscher Psychologen Verlag.

Teil 2

Ausgewählte Forschungsprogramme und ihre Initiatoren

1	Kognitionspsychologische Perspektiven	13
2	Fernsehen in der frühen Kindheit	41
3	Emotions- und motivationspsychologische Grundlagen	63
4	Gefühle, Musik und paradoxe Stimmungsregulation	91
5	Entwicklungspsychologische und methodische Perspektiven	141
6	Vergleichende Jugendmedienforschung	165
7	Sozialpsychologische und soziologische Perspektiven	201
8	Quantitative Jugendmedienforschung	223
9	Sozialpsychologische Perspektiven	279
10	Junge Menschen und Neue Medien	301

Kognitionspsychologische Perspektiven in der Forschung zu Kindern und Medien: Daniel Andersons ‚Blue’s Clues‘

Angela Schorr

In diesem Kapitel wird versucht, das über dreieinhalb Jahrzehnte erfolgreiche Forschungsprogramm von Daniel Anderson in seinen wichtigsten Eckpunkten zu charakterisieren. Im Mittelpunkt stehen (1) seine Forschung zur visuellen Aufmerksamkeit und die Entwicklung der „Comprehension-Driven-Attention Hypothesis“, (2) sein Wissenschaftsverständnis und die Ziele seiner Forschung und schließlich (3) die Forschung zur Entwicklung von „Blue’s Clues“, einem auf der Basis seines Forschungsprogramms curricular aufgebauten, professionell produzierten Fernsehprogramms für Vorschulkinder.

Schlagworte: Attentional Inertia, Multitasking, Lerntransfer, Vorschulprogramm

Einführung

Die visuelle Aufmerksamkeit beim Fernsehen, davon ist Daniel Anderson bis heute überzeugt, wird aktiv durch das Bemühen des Zuschauers gesteuert, das Programm zu verstehen. Anderson, der an der *Brown University* Psychologie studierte und sein Studium Anfang der 70er Jahre mit einem Dokortitel abschloss, publizierte zunächst eine Reihe allgemeiner Studien zum Zusammenhang von Aufmerksamkeit und Lernprozessen. Mitte der 70er Jahre entstand dann gemeinsam mit Stephen Levin seine erste medienpsychologische Studie zu Aufmerksamkeitsprozessen bei Kindern, die er beim Anschauen des innovativen Vorschulprogramms „*Sesame Street*“ untersuchte - ein Forschungsthema, dem er bis heute treu geblieben ist (vgl. Anderson & Levin, 1976; Richards & Anderson, 2004). Der Entwicklungspsychologe Anderson hat in nahezu vier Jahrzehnten ein Forschungsprogramm von hoher Kontinuität aufgebaut. In seiner Forschung dreht sich alles um Kinder im Vorschul- und Schulalter (und deren Eltern) - Jugendliche kamen erst im Rahmen von Längsschnittprojekten wie der Rekontaktstudie ins Spiel (vgl. Anderson, Huston, Wright & Collins, 1998a; Huston, Anderson,

Wright, Linebarger & Schmitt, 2001; Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger & Wright, 2001). In jüngster Zeit wandte er sich verstärkt der Erforschung der Mediennutzung in der *frühen Kindheit* zu (vgl. Anderson & Evans, 2001; Anderson & Pempek, 2005).

Die kognitive Entwicklung des Kindes (mit dem Schwerpunkt Aufmerksamkeit), das Fernsehen und seine Inhalte und der schulische Ausbildungserfolg bilden die drei zentralen Eckpunkte der Forschung Andersons. Bei seinen Kollegen in der Psychologie stieß er mit diesem Forschungsschwerpunkt lange auf Unverständnis. Immer wieder wurde gefragt: Kann diese Art der Grundlagenforschung überhaupt relevante Ergebnisse produzieren? Geht sie nicht zu weit hinein in die Interessenssphäre von Medien und Gesellschaft? Wird hier überhaupt methodisch sorgfältig genug gearbeitet? Vielen war unklar, worin der Nutzen liegen könnte, eine psychologische Perspektive in Bezug auf die vermittelte Kommunikation einzunehmen. Man fragte sich, ob es sich überhaupt um einen relevanten Bereich der angewandten Psychologie handelt (vgl. Reeves & Anderson, 1991). Auf Seiten der Kommunikationsforscher zweifelte man ebenfalls. Hier stellte man beispielsweise Fragen wie: Kann man zum Thema Fernsehen überhaupt grundlegend forschen? Sind psychologische Theorien denn hier relevant? Können Psychologen verstehen, dass Medien symbolische Formate sind, die aus anderen Gründen als denen ihrer psychologischen Relevanz Bedeutung haben? Und warum sind psychologische Experimente häufig intellektuell so schlicht?

Daniel Anderson war stets davon überzeugt, dass die Kognitions- und Entwicklungspsychologie für die Medienforschung und die Medienproduktion ein enormes Potenzial besitzen. Umgekehrt sollte das aber auch für die Psychologie gelten: Im Medienbereich, so prognostizierte er, können Kognition, Aufmerksamkeit und Wahrnehmung im Rahmen komplexer, dynamischer, multimodaler, realistischer und dennoch replizierbarer Kontexte untersucht werden. Wie die Lesepsychologie die Kognitionstheorien bereichert hat, so Andersons Hoffnung, wird langfristig auch die Psychologie der audiovisuellen Medien zentrale Beiträge zur Grundlagenwissenschaft Psychologie leisten (Reeves & Anderson, 1991).

Als angesehener Experte im Bereich kognitiver Entwicklungsforschung sowie zu den Themen „Kinder und Fernsehen“ und „TV-Vorschulprogramme“ ist Daniel Anderson nicht nur in nationale Wissenschaftsorganisationen und Gremien von höchstem Rang berufen und von diesen ausgezeichnet worden. Viele Jahre beriet er in dieser Eigenschaft staatliche Stellen, Ministerien, Stiftungen und die Medienindustrie. Vor allem aber war er auch an der konzeptionellen Entwicklung und Produktion von Fernsehsendungen für Kinder im Vorschulalter wie „*Allegra's Window*“, „*Gullah Gullah Island*“, „*Bear in the Big Blue House*“, „*Dora the Explorer*“ und an dem erfolgreichen TV-Vorschulprogramm *Blue's*

Clues maßgeblich beteiligt. Das Programm „*Blue's Clues*“ wurde von seinem Team formativ erforscht, d.h. die dort vermittelten Inhalte wurden Episode für Episode systematisch erprobt, dann gesendet und in ihrer Wirkung weiter untersucht, um die Erkenntnisse in die nächste Episode bzw. Staffel einzubringen. Auch an den Vorschulprogrammen „*Captain Kangaroo*“, „*The Wubbulous World of Dr. Seuss*“, „*Sesame Street*“, „*Fimbles*“ (BBC), „*Diego*“ und „*It's a Big Big World*“ wirkte Daniel Anderson als Berater mit.

Als Anderson 1983 in dem viel beachteten Band „*Children's Understanding of Television. Research on Attention and Comprehension*“ gemeinsam mit Jennings Bryant über den aktuellen Forschungsstand im Bereich „Kinder und Fernsehen“ reflektierte, blickte er bereits auf nahezu 15 Jahre empirischer Forschung zurück, - Forschung, die überwiegend aus experimenteller Laborforschung sowie Beobachtungs-, Verhaltens- und Befragungsstudien mit experimentellen bzw. quasi-experimentellen Designs bestand. Unsere Zukunft, das erwarteten Anderson und Bryant damals, wird weiterhin durch den Kampf um finanzielle Ressourcen für die teure Laborforschung, die Videotechnologie, die Computerausstattung etc. gekennzeichnet sein. Und auch das zweite Problem ihrer Arbeit hatten sie fest im Blick: Den rapiden Wandel der Fernsehtechnologie (Kabel- und Satellitenprogramme, neue Programmvielfalt), die auf der Basis des Computers als Basismedium ein völlig neues, hochkomplexes, großformatiges und sehr beeindruckendes interaktives TV-Medium hervorbringen könnte. Heute, Jahrzehnte später, steht dieser Technologiesprung (Computer & TV) unmittelbar bevor. Daniel Anderson und Jennings Bryant gingen davon aus, dass Forschung zur Fernsehwirkung langfristig nur sinnvoll sein kann, wenn man versucht herauszufinden, welche Faktoren beim Fernsehen zeitloser und universeller Natur sind bzw. welche eher an ihre Zeit gebunden und kontextabhängig sind. Die „historische Aufgabe“, die hier vor ihnen lag, fassten sie als einmalige Chance auf (Anderson & Bryant, 1983, S. 352). Ihr Plan bestand darin, die Basisprozesse, die der damaligen Fernsehnutzung zugrunde lagen, systematisch zu erforschen, und zugleich zu versuchen, die mögliche Wirkung der neuen Technologien abzuschätzen, noch während sie entstehen. Ihr ehrgeiziges Ziel war es, *die neuen Medien in ihrer Wirkung verstehen zu lernen, noch ehe sie sich voll entfaltet haben* (Anderson & Bryant, 1983).

Grundlagenforschung zur visuellen Aufmerksamkeit beim Fernsehkonsum

Die ersten Schritte zu diesem Vorhaben waren damals schon getan. Ende der siebziger Jahre veröffentlichten Anderson und sein Forschungsteam eine Serie grundlegender Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen visueller Auf-

merksamkeit und dem Verstehen von Fernsehprogrammen bei Kindern. Eine für die damalige Zeit typische experimentelle Studie von Lorch, Anderson und Levin (1979) sei hier exemplarisch skizziert: Untersucht wurden 5-Jährige beim Anschauen einer Folge von „*Sesame Street*“. Den Kindern der Versuchsgruppe wurde die Beschäftigung mit Spielzeug während des laufenden Programms ermöglicht, den Kindern in der Kontrollgruppe nicht. Erfasst wurde jeweils die Zeit, die die Kinder auf den Bildschirm schauten - Andersons operationales Maß für visuelle Aufmerksamkeit - sowie im Rahmen einer anschließenden Befragung das Verständnis (Verstehen & Behalten der Inhalte), das die Kinder in Bezug auf die Handlung und die zentralen Botschaften des Programms gewonnen hatten. Erwartungsgemäß war die Aufmerksamkeit deutlich verringert, wenn das Kind neben dem laufenden Programm die Option hatte zu spielen. Doch nicht das *Multitasking* der Kinder interessierte die Forscher. Vielmehr ging es um die Frage, ob die durch die Ablenkung bzw. keine Ablenkung bei den Kindern erzeugten unterschiedlichen Aufmerksamkeitslevel zu Unterschieden im Verständnis führen würden, wobei das Verständnis mittels drei Arten von Fragen erfasst wurde: (1) Solche, die auf rein visueller Information beruhten, (2) solche, die auf Information beruhten, die nur akustisch vermittelt worden war, und (3) solche, die auf von im Rahmen des Programms vermittelter akustischer *und* visueller Information beruhten. Im Ergebnis zeigte sich: Das hohe Level an Aufmerksamkeit, das die Gruppe ohne Spielzeug beim Fernsehen bewies, führte nicht zu einem besseren Verständnis der Programminhalte. In der Gruppe mit dem ablenkenden Spielzeug war ein enger Zusammenhang zwischen dem Aufmerksamkeitslevel und den drei Arten der übermittelten Information (nur akustisch, nur visuell, beides) zu beobachten. Bei der Gruppe ohne Spielzeug hingegen entstand nur ein starker Zusammenhang zwischen visueller Information und Aufmerksamkeit. Visuelle und akustische Aufmerksamkeit, das zeigten die Daten, hängen also zusammen. Die Forscher stießen bei den 5-Jährigen auf bereits relativ ausgeprägte Sehstrategien, die es ihnen ermöglichten, ihre visuelle Aufmerksamkeit zwischen Fernsehprogramm und Spiel effektiv aufzuteilen. Sie konnten beweisen, dass Kinder im Vorschulalter perfekt in der Lage sind, beim Fernsehkonsum selektiv aufmerksam zu sein, ihre Aufmerksamkeit zu teilen und sie sinnvoll aufrecht zu erhalten.

Das Phänomen der Aufmerksamkeitsträgheit

In dem Aufsatz „*Watching Children Watch Television*“ (Anderson, Alwitt, Lorch & Levin, 1979) aus dem gleichen Jahr beschreibt Anderson das Fernsehen als „*national pastime*“ amerikanischer Kinder. Fast 20% ihrer wachen Zeit ver-



brachten sie damals bereits vor dem Fernseher. Sein Ziel war es, das Phänomen visueller Aufmerksamkeit beim Fernsehen zu erforschen, nicht nur, um die Wirkungen des TV-Konsums besser abschätzen zu können, sondern weil er auch auf der Suche nach neuen und allgemeingültigen Erkenntnissen zur kognitiven und sozialen Entwicklung in der Kindheit war. In aufwendigen Interview-, Beobachtungs- und Befragungsstudien mit Kindern und Eltern fanden er und sein Team heraus, dass Kinder bereits im Alter von 2-3 Jahren beginnen, zielgerichtet und systematisch Fernsehen zu schauen. Die visuelle Aufmerksamkeit, so Anderson, fluktuiert während des kindlichen Fernsehkonsums stark. Spielzeug bildet eine übliche Ablenkung; auch die Anwesenheit anderer Kinder wirkt ablenkend. Für die Aufmerksamkeitsfluktuation - solange sie nicht auf sequentiellen Entscheidungsprozessen beruhen, das Fernsehverhalten abzubrechen oder fortzusetzen - können insbesondere bei jüngeren Kindern nichtstrategische Verhaltensweisen wie *Ablenkung*, *Ermüdung* oder *Trägheit* die Ursache sein. Ist das Kind abgelenkt, so wird die Aufmerksamkeit auf einem bestimmten Level konstant gehalten. Bei Ermüdung lässt die Konzentration auf den Bildschirm zunehmend nach. Das Phänomen der visuellen Trägheit („*attentional inertia*“) drückt sich in einer verzögerten Reaktion auf Veränderungen der Fernsehinhalte aus. Je mehr Aufmerksamkeit die Zuschauer dem Programm zollen, desto wahrscheinlicher ist es, dass sie dieses Verhalten auch fortsetzen. Bei Kindern drückt sich die Aufmerk-

samkeitsträgheit darin aus, dass die Kinder zunehmend länger auf den Bildschirm schauen - ein Rezeptionsverlauf, den Anderson und seine Mitarbeiter im Rahmen der Beobachtung des Fernsehverhaltens der Kinder im Labor objektiv erheben und problemlos im Verlauf erfassen konnten. Bei Kindern im Alter zwischen 3 und 5 Jahren konnten sie die Folgen der Aufmerksamkeitsträgheit, ein relativ kontinuierliches Starren auf den Bildschirm, sobald sich das Kind entspannt hatte, gut beobachten. Schon bei Kleinkindern im Alter von 12 Monaten ließ sich dieses Phänomen nachweisen.

In einem nächsten Schritt untersuchten Anderson und seine Mitstreiter, welche Inhalte Kinder fesseln und fanden, dass erhöhte Aufmerksamkeit immer dann zu erwarten ist, wenn Frauen auf dem Bildschirm zu sehen sind, wenn weibliche Stimmen zu hören sind, wenn Kinder oder die Stimmen von Kindern zu sehen und/oder zu hören sind, wenn Augenkontakt mit dem Zuschauer gesucht wird, im Falle des Einsatzes von Puppen, von animierten Bildern, wenn ungewöhnliche Stimmen zu hören sind, bei Bewegung, bei lebhafter Musik, bei plötzlichen Veränderungen im akustischen Bereich, bei Reimen, Wiederholungen und Alliterationen. Ein Absinken der Aufmerksamkeit wird hingegen bewirkt durch männliche Erwachsene auf dem Bildschirm, durch deren Stimmen, durch Tiere, durch Inaktivität und durch Standbilder. Die meisten speziellen Kamerabewegungen (Schnitte, Zooms etc.) erwiesen sich als relativ unwirksam. Eine verfeinerte Analyse zum Zusammenhang von visueller Aufmerksamkeit und solchen inhaltlichen Attributen zeigte, dass es wichtig ist zu unterscheiden, ob beim Auftreten des Attributs die Aufmerksamkeit bereits auf den Bildschirm gerichtet ist oder ob sich das Kind schon in einer Phase der Aufmerksamkeitsträgheit befindet etc. Bei hörbaren Veränderungen blicken Kinder z.B. auf den Bildschirm, wenn sie es zuvor nicht getan haben; sie bleiben jedoch wirkungslos bei Kindern, die bereits aufmerksam zuschauen (vgl. Anderson, Alwitt, Lorch & Levin, 1979; Anderson & Lorch, 1983).

Im Zentrum ein Verhaltensdatum: Aktiv fernsehen

Die Forschungsergebnisse zum Aufmerksamkeitsverhalten beim Fernsehen machten deutlich, dass es sich um eine komplexe Interaktion zwischen dem kognitiven Entwicklungslevel des Kindes, Persönlichkeitsfaktoren, Ablenkungen aus der Umwelt, unterschiedlichen Programminhalten und der TV-bedingten Aufmerksamkeitsträgheit handelt. Noch in der zweiten Schulklasse finden Kinder ein in Bezug auf den erzählerischen Ablauf zufällig angeordnetes Unterhaltungsprogramm ebenso interessant - d.h. sie widmen ihm ebenso viel Aufmerksamkeit

- wie einen dem Plot folgenden Ablauf (vgl. Anderson, Alwitt, Lorch & Levin, 1979). *Die Aufmerksamkeitsträgheit ist also - so schloss Anderson mit entwicklungspsychologischem Scharfsinn - kein Zeichen für die Erschöpfung der jungen Zuschauer, sondern indiziert vielmehr ihre aktive kognitive Beteiligung.* Je länger die Zuwendung zum Bildschirm anhält, desto höher das Abstraktionslevel, auf dem die gesehenen Inhalte verarbeitet werden bzw. verarbeitet werden müssen. Denn Aufmerksamkeitsträgheit tritt immer dann auf, wenn die TV-Inhalte eine zeitliche Struktur besitzen und auf unterschiedlichen Abstraktionsebenen beschreibbar sind. Aus eigenen Untersuchungen und den Untersuchungsergebnissen anderer Forscher (s. auch Thorson, Reeves & Schleuder, 1985) schloss er, dass mit zunehmendem Verstehen die „Exit“-Punkte beim Fernsehen abnehmen und sich zugleich - je älter das Kind wird - die Zeitspanne des aufmerksamen Zuschauens verlängert, - eine Vermutung, die sich mit seinen empirischen Daten zum aufmerksamen Zuschauen beim Fernsehen vollständig deckten. Demnach sind ältere Kinder in der Lage, länger aufmerksam zu sein und tendieren dazu, die Anstrengungen, unverständliche Inhalte zu verstehen, auszudehnen (vgl. Hawkins, Kim & Pingree, 1991).

Immer wieder wandte sich Anderson vehement gegen Verallgemeinerungen bezüglich der negativen Wirkung des Fernsehens bei Kindern, wie sie von Autoren wie Harvey Lesser (Lesser, 1972; 1974; 1977), aber auch Albert Bandura (1977) mit Nachdruck vorgetragen wurden. Besorgte Pädagogen und Journalisten wie z.B. Marie Winn (1985) warnten damals vor der kindlichen Fernsehsucht und charakterisierten das junge Publikum vorzugsweise als „Zombies“. Dass sich die behauptete Verminderung von kortikaler und limbischer Erregung als Folge der Fernsehnutzung, die das Verhaltensmuster der sog. „Zombie viewers“ angeblich erzeugte, empirisch nicht bestätigte - Miron, Bryant und Zillmann (2001) haben den Verlauf dieser Debatte historisch nachgezeichnet - , konnte spätestens seit Mitte der 80er Jahre als erwiesen gelten. Gerade das kindliche Fernsehverhalten, so argumentierten damals auch Daniel Anderson und sein Team auf der Basis ihrer empirischen Forschungsdaten, ist keineswegs passiv und erfolgt auch nicht überwiegend reaktiv - ganz im Gegenteil! (Anderson & Lorch, 1983)

Andersons Weigerung, sich der zumeist auf anekdotischer Evidenz aufgebauten, populären und aus seiner Sicht voreiligen und pauschalen Kritik am Fernsehen anzuschließen, macht wissenschaftlich in mehrfacher Hinsicht Sinn: (1) Aus entwicklungs- und lernpsychologischer Sicht wusste Anderson, wie wichtig das Nachahmungslernen im Vorschulalter ist, dass Kinder in dieser Entwicklungsphase ganz natürlich die Tendenz zeigen, eher zuviel als zuwenig Informationen aufzunehmen (vgl. García Coll, 2004; Oerter, 2002). Das Phänomen der „attentional inertia“ - eine eher missverständliche Bezeichnung für aktives Auf-

merksamkeitsverhalten - macht also entwicklungspsychologisch Sinn. (2) Auch wissenschaftsstrategisch erwies sich eine konstruktive Einstellung gegenüber dem Medium Fernsehen als sinnvoll: Um seine Theorie zu untermauern, dass Vorschulkinder Fernsehinhalte aktiv verarbeiten, statt sie überwiegend passiv zu rezipieren, war Anderson aufgefordert, seine Bemühungen zu intensivieren, in die Funktionsweise der Aufmerksamkeit beim kindlichen Fernsehkonsum einzudringen und sie grundlegend zu erforschen (vgl. Anderson & Lorch, 1983). (3) Bildungspolitisch ist eine konsequent fernsehkritische Haltung, betrachtet man das Bildungspotenzial des Fernsehens, kaum vertretbar. (4) Rein pragmatisch erscheint es schließlich wenig realistisch, angesichts der hohen Beliebtheit des Fernsehens bei Kindern und Jugendlichen mit Warnungen pädagogisch Erfolg zu haben.

Doch bevor hier weitere Fortschritte erzielt werden konnten, überdachten Anderson und seine Mitarbeiter kritisch den eigenen Forschungsansatz. Viele seiner Ergebnisse waren auf der Basis von Untersuchungen im Experimentallabor erzielt worden, die die Alltagssituation unter Ausblendung vieler Faktoren systematisch nachstellten. Viele die Aufmerksamkeit beim Fernsehen steuernde Faktoren sind dadurch erst sichtbar geworden. Zunehmend erkannte Anderson jedoch, dass es wichtig ist, sich stärker mit dem unmittelbaren Umfeld, in dem das Kind Fernsehen schaut, zu befassen, das elterliche Fernsehverhalten einzubeziehen, und sich auch sozioökonomischen, kulturellen und geographischen Einflussfaktoren, die die Dauer des Fernsehkonsums und die Auswahl der Inhalte bestimmen, systematisch zu widmen. Der soziale Kontext des Fernsehens, das war nicht zu übersehen, ist zumeist sehr aktiv, enthält viel Interaktion mit Familienmitgliedern und ist daher nicht vergleichbar der Situation, in der das einzelne Kind oder mehrere Kinder im Labor isoliert Fernsehen schauen. Diese besonderen Bedingungen galt es bei der Analyse von Aufmerksamkeitsleistungen einzubeziehen. Grund genug also, eine Verlagerung der Forschung in ein naturalistischeres Setting zu fordern (Anderson, Alwitt, Lorch & Levin, 1979; Lorch, Anderson & Levin, 1979).

Die Comprehension-Driven-Attention-Theorie: Neue Beweise

In seinem Aufsatz „*Online Cognitive Processing of Television*“ von 1985 beschreibt Anderson, wie es ihm gelungen ist, mit Hilfe der neuen Videokameras seine Beobachtungen - ohne die eigenen Forschungsstandards zu gefährden - systematisch in die Wohnzimmer der an den seinen Untersuchungen teilnehmenden Familien zu verlegen. Den potenziellen Einfluss der eingesetzten Videotechnologie auf die Beobachtungssituation hatte er zuvor über ein Kontrollgruppen-

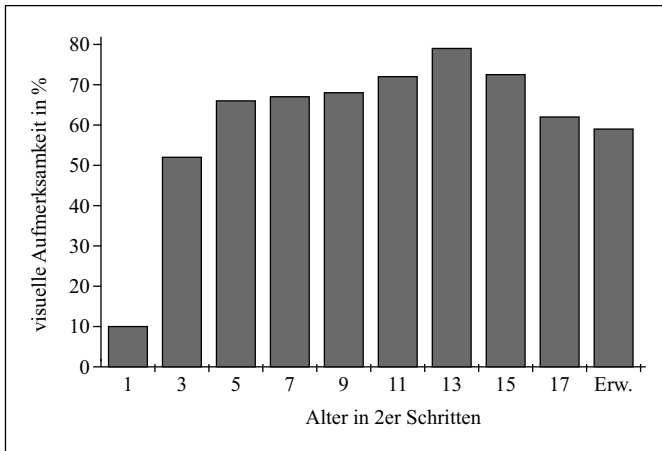


Abb. 2.1.1: Prozentsatz an beobachteter visueller Aufmerksamkeit (Werte bezogen auf Zuschauer, die sich im Raum befanden; vgl. Anderson, 1985, S. 183).

design kontrolliert. Was Anderson damals beobachtete, waren Familien, wie sie *gemeinsam* Fernsehen schauten - also eine Situation, die heute eher die Ausnahme darstellt (Kinderfernsehen - Erwachsenenfernsehen). Jedes Detail der konkreten Fernsehsituation wurde von ihm aufgezeichnet und ausgewertet. Er erfasste systematisch den Abstand der Zuschauer vom Fernseher und ihren Sehwinkel (vgl. Nathan, Anderson, Field & Collins, 1985), und stellte im Zuge seines Forschungsprogramms zur „*comprehension-driven-attention hypothesis*“ u.a. fest, dass die auf den Fernseher gerichtete Aufmerksamkeit in den Altersklassen von 1-13 Jahren zunächst dramatisch ansteigt - erklärbar auf der Basis einer aktiven, um Verstehen bemühten Aufmerksamkeitshaltung von Vorschülern - um zu Beginn des Schulalters (nur noch) kontinuierlich zuzunehmen und dann bis zum Erwachsenenalter auf ein Aufmerksamkeitslevel abzusinken, das bereits die 3- bis 5-Jährigen erreichen (vgl. Abbildung 2.1.1). Die durch das Verstehen gesteuerte Aufmerksamkeitssteuerung („*comprehension-driven-attention hypothesis*“) ist eines von drei die zentralen Aufmerksamkeitsprozesse beim Fernsehen charakterisierenden Prinzipien, die Anderson und seine Mitarbeiter in den 80er Jahren bei ihren Untersuchungen im Feld entdeckten.

Visuelle Aufmerksamkeit beim Fernsehen daheim als Funktion des Alters

Die sogenannte „*audio-monitored inattention*“ ist das zweite wichtige Funktionsprinzip, das Anderson und sein Team entdeckten: Während der Zuschauer visuell unaufmerksam ist, nutzt er die auditive Information, um seine Aufmerksamkeit zu einem sinnvollen Zeitpunkt wieder auf den Bildschirm zu richten. In Phasen der Unaufmerksamkeit kann beispielsweise eine männliche Stimme das Kind nicht zum Fernsehbild zurücklocken, jedoch die Stimme von Kindern sehr wohl. Die das Verstehen fördernde Wirkung von auditorischem Input beim Fernsehen wurde aber nicht nur in Bezug auf ihre ökonomisch-strategische Verwendung (Stichwort: Aufmerksamkeitsteilung beim Multitasking) untersucht, sondern auch in Bezug auf ihren Beitrag zum Verstehen der Programminhalte.

1986 erschienen die Ergebnisse einer experimentellen Studie (Gibbons, Anderson, Smith, Field & Fischer, 1986) bei 4- und 7-jährigen Kindern, die klären sollte, ob die visuelle Botschaft des Fernsehens tatsächlich die kognitive Verarbeitung in der frühen Kindheit dominiert. Das Verstehen der erzählten Geschichte wurde dabei mittels einer „*cued recall*“-Prozedur bzw. über die freie Rekonstruktion überprüft. Die Geschichte wurde im Experiment wahlweise rein auditiv bzw. audiovisuell präsentiert. Die audiovisuelle Präsentation führte ganz eindeutig zu besseren Verstehensleistungen. Unabhängig von der Art der Präsentation reproduzierten die jüngeren Kinder mehr Handlungen. In beiden Altersgruppen erinnerten sie mehr Handlungen im Rahmen der freien Rekonstruktion. Die Rekonstruktionsprozedur erwies sich als besonders geeignet, zusammenhängende und in sich strukturierte Berichte der Kinder über das Geschehen zu erhalten. Als überraschendes Nebenergebnis der Untersuchung ließ sich so beweisen, dass die Behauptung, das Verstehen solcher in 10-20 Minuten am Bildschirm erzählten Geschichten sei bei Vorschulkindern fragmentiert, wie populäre Kritiker des Vorschulfernsehens immer wieder behauptet hatten, nicht zutrifft.

Als drittes wichtiges, in seinen naturalistischen Videobeobachtungen bestätigtes Funktionsprinzip nennt Anderson die schon zuvor untersuchte „*attentional inertia*“. Seine Ergebnisse zeigen: Das Fernsehen mit seinen Raum- und Zeitsprüngen und sonstigen „Lücken“, die routinemäßige kinematische Schlussfolgerungen verlangen, regt Kinder zu aktiver schlussfolgernder Kognition an. So und nicht anders begründet sich das Phänomen der „*attentional inertia*“, d.h. je länger der Zuschauer sich gegenüber dem Programm visuell aufmerksam verhält, desto wahrscheinlicher ist es, dass er es auch weiterhin tun wird. Je länger die Zeitspanne anhält, in der dem Bildschirm keine Aufmerksamkeit gewidmet wurde, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Zuschauer nicht mehr auf den Bildschirm blickt. So gilt für Zuschauer jeden Alters, insbesondere aber für kleine

Kinder: Hält der Blick auf den Bildschirm oder eine Pause vom Bildschirm länger als ca. 15 Sekunden an, vermindert sich die Chance auf eine Veränderung des Aufmerksamkeitszustands nachhaltig. *Aufmerksamkeitsträgheit ist für den Zuschauer funktional bedeutsam, um schwer verständliche, durch Schlussfolgerung noch nicht erschlossene Inhalte weiter zu erschließen.*

Durch die Videountersuchungen in den Familien konnte Anderson eindrucksvoll nachweisen, wie überlernt das Fernsehverhalten ist und wie häufig es bereits parallel zu anderen Aktivitäten praktiziert wird. Durchschnittlich 14,7% der Zeit, so ermittelten die Forscher, schaute niemand in den Familien dem laufenden Programm zu (Anderson, Lorch, Field, Collins & Nathan, 1986). Fernsehen zu schauen ist nicht identisch mit aufmerksamer Fernsehnutzung. Das dokumentiert sich u.a. in der Gesamtfernsehzeit: In ihrer Studie fanden Anderson und seine Kollegen damals keine signifikanten Alters- oder Geschlechtseffekte. Wenn man jedoch die visuelle Aufmerksamkeit gegenüber dem Programm erfasste, traten die im Rahmen der Comprehension-Driven-Attention Hypothesis beschriebenen Unterschiede im Rezeptionsverhalten zutage, insbesondere der dramatische Anstieg der visuellen Aufmerksamkeit im Alter zwischen 0 und 5 Jahren.

Zum Zusammenhang von visueller Aufmerksamkeit und Programminhalten: Die Exploration-Search-Theorie

Ende der 80er und in den 90er Jahren machte Daniel Anderson das lange angekündigte Vorhaben wahr, sich in seiner Forschung differenzierter mit den durch das Fernsehen vermittelten *Programminhalten* zu befassen. Die in seinen Studien mehrfach nachgewiesene, ungewöhnlich hohe Aufmerksamkeitsleistung der Vorschulkinder in Bezug auf das Fernsehprogramm, entwicklungspsychologisch motiviert durch den Wunsch, die Fernsehinhalte zu verstehen, verwies darauf, welches Potenzial diese Inhalte im Sinne einer gezielten pädagogischen Förderung von Kindern haben konnten. Aufgrund der dabei erzielten Forschungsergebnisse, die ihn Mitte der 90er Jahre sogar zur Entwicklung eigener TV-Vorschulprogramme führten, änderte er seine theoretische Position und schloss sich ganz offiziell der erweiterten Aufmerksamkeitstheorie zweier seiner Mitstreiter, Aletha C. Huston und John C. Wright (Huston & Wright, 1983; 1989), an. Seine eigene Theorie hatte sich zwar als prognostisch wertvoll erwiesen, konnte jedoch die Aufmerksamkeitshaltung verstärkende Wirkung von Schnitten, von Bewegung und von (vom Protagonisten gezeigter) „Action“ nicht erklären. Die Theorie von Jerome Singer, der schon früh behauptet hatte, dass Schnitte und Bewegungen die Aufmerksamkeit beim Fernsehen entscheidend determinieren,

indem sie als Reflex eine Orientierungsreaktion auslösen (z.B. Singer, 1980), erklärte nur Teile des Phänomens. Nach sorgfältiger Reanalyse der Mitte der 80er Jahre erhobenen Video- und Befragungsdaten unter neuen Gesichtspunkten kommen Schmitt, Anderson und Collins 1999 zu dem Schluss, dass nur die Theorie von Huston und Wright Aspekte beider Theorien, der von Anderson und der von Singer, sinnvoll zu kombinieren vermag und die beste Erklärung für viele der gefundenen Ergebnisse darstellt. Huston und Wright gehen davon aus, dass sich die Aufmerksamkeit beim Fernsehen mit zunehmendem Entwicklungsalter von einer dominanten Kontrolle durch saliente formale Charakteristika (etwa Stimmen von Kindern, Lachen oder visuelle Spezialeffekte, die Kinderprogramm oder Comedy signalisieren im Gegensatz zu Stimmen männlicher Erwachsener, die Fernsehen für Erwachsene signalisieren) zu komplexeren Beziehungen, die auf formalen Charakteristika und inhaltlichen Komponenten gründen, wandelt. In der *Exploration-Search-Theorie* bilden formale Charakteristika und TV-Inhalte miteinander interagierende Faktoren, die sich mit wachsender kognitiver Reife und zunehmender Fernseherfahrung verändern (Campbell, Wright & Huston, 1987; Huston & Wright, 1989; Schmitt, Anderson & Collins, 1999).

Natürlich ist auch diese Theorie noch unvollkommen, weil sie, so Anderson, bisher keine Aussage dazu erlaubt, *wann* sich der Wechsel von den salienten formalen Charakteristika, die die Aufmerksamkeit bei sehr kleinen Kindern steuern, zu einer stärker inhaltsbezogenen Steuerung (plus salienter Features) vollzieht. Wird die Aufmerksamkeit in der frühen Kindheit primär durch saliente formale Charakteristika gelenkt, und können die bedeutsamen Aspekte des Programms zugleich noch nicht assimiliert werden, so bedeutet das auch, dass TV-Programminhalte von Kleinkindern völlig anders verstanden werden und wir über ihre Wirkung in diesem Alter wenig wissen. Dieser Überlegung, d.h. der Erforschung des Rezeptionsverhaltens von Kindern unter drei Jahren, widmet Anderson seit der Jahrtausendwende neue Projekte (vgl. Anderson & Evans, 2001; Schmitt & Anderson, 2002, Anderson & Pempek, 2005)

Daniel Andersons Forschungscredo und der sozialpolitische Kontext seiner Forschung

In einem Bericht für das *U. S. Department of Education* zum Einfluss des Fernsehens auf die kognitive Entwicklung von Kindern (Anderson & Collins, 1988) fasste Anderson Ende der 80er Jahre erstmals systematisch all jene Argumente zusammen, die man rückblickend als sein Forschungscredo bezeichnen kann. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten er und sein Team sich ganz selbstverständlich einer

Vielzahl empirischer Forschungsmethoden bedient, die die moderne Psychologie zu bieten hatte, angefangen bei Untersuchungen mit experimentellen und quasi-experimentellen Designs bis zu Multi-Method-Designs bestehend aus einer Kombination von am Verhalten orientierten Beobachtungsstudien und/oder Interviews und Fragebogenbefragungen und/oder Erhebungen per Elterntagebuch. Laborstudien wurden von Feldstudien abgelöst. In den 90er Jahren vermehrte sich diese Vielfalt noch, d.h. es kamen Inhaltsanalysen von TV-Programmen und Verfahren zur formativen Evaluation von Fernsehprogrammen hinzu. Anfang bis Mitte der 90er Jahre gesellten sich schließlich zu den Querschnittsdesigns auch Längsschnittsdesigns.

Wer in den 70er und 80er Jahren das Fernsehverhalten von Kindern und Jugendlichen erforschte, bewegte sich damit im Umfeld einer wachsenden fernsehkritischen Bewegung, die von führenden Pädagogen, Ärzten, Elternorganisationen, Politikern, Journalisten und Wissenschaftlern getragen wurde. Allgemein ging man davon aus, dass das Fernsehen der gesunden intellektuellen Entwicklung von Kindern schadet. Kinder, so kritisierte man, verbringen zuviel Zeit mit dem Fernseher und tun nichts anderes mehr. Häufig richten sie ihre Aufmerksamkeit nicht bewusst und nicht willentlich auf den Bildschirm, sondern handeln rein reflexiv. Die formalen Eigenschaften des Programms nehmen sie gefangen. So sitzen sie vor dem Fernseher und starren auf den Bildschirm, egal was läuft. Der Prozess des Verstehens der Fernsehinhalte, so glaubte man, läuft bei jüngeren Kindern völlig passiv ab, d.h. ohne Reflexion und Schlussfolgerungen. Was behalten wird, sind eine Vielzahl unverbundener Bilder. Durch die Programminhalte werden Kinder darüber hinaus stark erregt und überstimuliert, was zu weiterer Abschottung und Passivität führt. Bücher wie *Four Arguments for the Elimination of Television* (Mander, 1978), *Unplugging the Plug-in Drug* (Winn, 1985), Neil Postmans *Amusing Ourselves to Death* (1985) oder auch *Endangered Minds: Why Our Children Don't Think* (Healy, 1990) dokumentieren den Zeitgeist.

Natürlich hat es zu jeder Zeit Kritik am Einfluss der Medien gegeben. Mit der Einführung des Kinos, des Radios und des Fernsehens ging jeweils eine Welle der Kritik einher, und die Argumente gleichen sich. Praktisch alle neuen Medien, die zu Unterhaltungszwecken genutzt werden, sind, angefangen vom Comic-Heft bis hin zum Computerspiel, bezichtigt worden, der intellektuellen Entwicklung von Kindern und Jugendlichen zu schaden und den Erziehungs- bzw. Bildungsprozess zu unterlaufen. Unterschiedliche Medien wurden für die Entstehung spezieller Defizite verantwortlich gemacht: So machte man in den 50er und 60er Jahren z. B. den Konsum von Comic-Heftchen für nachlassende Lesekompetenz verantwortlich, während in den 70er und 80er Jahren das Fernsehen als Hauptverursacher für die Lesedefizite galt.

Daniel Anderson war von jeher überzeugt davon, dass Einzelfallbeschreibungen und Rhetorik nicht geeignet sind, die kognitiven Wirkungen des TV-Konsums zu erschließen, und empfahl sorgfältige empirische Beobachtungen und Analysen kombiniert mit klar formulierten und testbaren Hypothesen und Theorien als Methode der Wahl. Er forderte hohe methodische Standards ein: Die verwendeten Methoden und Verfahrensweisen und die Daten sollten detailliert beschrieben werden. Wichtig war ihm auch, dass so geforscht wird, dass erkennbar wird, *wie* die Effekte entstehen. Korrelative und quasi-experimentelle Designs, die z.B. Beziehungen zwischen dem Fernsehkonsum und Aspekten der Kognition und schulischer Leistungsfähigkeit herstellen, sind, so Anderson, zwar durchaus wertvoll, weil sie zeigen, dass die untersuchten Phänomene für die Forschung relevant sind. Durch Partialkorrelation und kausale Modelle lassen sich darüber hinaus statistische Hinweise finden, welche Faktoren hier kausal wirken. *Die reale Ursache-Wirkungs-Kette lässt sich so jedoch nicht aufklären.* Dazu bedarf es laut Anderson systematischer Feldbeobachtungen und Feldexperimente und experimenteller Laborforschung, die unmittelbar auf die Erfassung der Verhaltensaspekte und der kognitiven Details des Fernsehverhaltens gerichtet sind (Anderson & Collins, 1988). Seine eigene Forschung zur visuellen Aufmerksamkeit, aber auch grundlegende Arbeiten Dolf Zillmanns zum Mood Management durch selektive Fernsehnutzung (z.B. Zillmann, 1982; Zillmann, 2004; Zillmann & Bryant, 1985) wertete er als Beispiele für den Erfolg solcher Forschungsstrategien.

Wissenschaftliche Objektivität einzufordern, eine das Fernsehen aus der Sicht mancher Medienkritiker „entlastende“ Forschung zu produzieren und mit dem Medium konstruktiv umzugehen, muss zeitweise eine schwierige Aufgabe gewesen sein. Im Laufe seiner langen wissenschaftlichen Karriere beklagte Anderson häufiger die Unterfinanzierung, den „fly-by-night character of the field“, die dazu führte, dass mit einer relativ kleinen Workforce zwar gelegentlich wichtige Durchbrüche in der Forschung erzielt wurden, sich jedoch wichtige Aufbauprojekte und Replikationsstudien häufig als nicht mehr finanzierbar erwiesen (Anderson & Bryant, 1983; Anderson & Collins, 1988). Bis heute ist es schwierig, für die Kinder- und Jugendmedienforschung eine kontinuierliche Finanzierung zu finden. Im Forschungsland U.S.A. stellen die *National Institutes of Health*, allen voran das *Institute of Mental Health*, sporadisch Mittel zur Verfügung. Auch die *National Science Foundation* fördert Projekte in diesem Bereich eher selten, wodurch verhindert wird, dass die beigezogenen Gutachter in der Thematik an Erfahrung gewinnen (Anderson & Evans, 2003). Was die von der Medienindustrie finanziell unterstützte Forschung angeht, so unterstellt die Scientific Community gerne, dass Projekte, die mit der Fernsehindustrie assoziiert sind, keine objektiven Ergebnisse erbringen können. Staatlich finanzierte Forschung, so ar-