

Ingrid Paus-Hasebrink/Michelle Bichler

Zur Rolle von Medien in sozial benachteiligten Familien

Eine österreichische Panelstudie

Neben den Eltern kommt auch den in der Familie genutzten Medien eine wichtige Rolle beim Aufwachsen von Kindern zu. In einer österreichischen Längsschnittstudie wurde die Mediensozialisation von 5-, später 8-jährigen Kindern aus Familien mit Merkmalen sozialer Benachteiligung analysiert.

Die Themen »Familie« und »Bildung« haben in der Öffentlichkeit wieder Konjunktur (vgl. Lange/Xyländer 2009). Im Zuge der Debatten haben jedoch auch die sozioökonomischen Rahmenbedingungen, die das Aufwachsen von Kindern maßgeblich prägen, erneut an Bedeutung gewonnen; denn soziale Benachteiligung wirkt sich deutlich auf die Sozialisation und Lebenswelt von Kindern aus. So wurde etwa im Zwölften Kinder- und Jugendbericht der Bundesregierung Deutschland (Barthelmes 2005) sowie in der WORLD VISION Kinderstudie (2007) der enge Zusammenhang zwischen ökonomisch benachteiligten Lebenslagen von Familien und dem Bildungsniveau der Eltern hervorgehoben (vgl. auch Mansel/Neubauer 1998; Lange/Lauterbach 2000; Grundmann 2000). In der Sozialisationsforschung findet die Rolle von Medien als Sozialisationsagenten noch immer kaum Beachtung. In der Rezeptionsforschung hingegen wurden sozial-ökonomische Faktoren nur unzureichend mitbedacht. Bereits

1997 hatte Michael Charlton kritisch festgestellt, dass die auf ihn und Klaus Neumann-Braun zurückgehende strukturanalytische Rezeptionsforschung zu wenig nach spezifischen sozialen Problemlagen differenziert und damit die kindliche Eigenständigkeit im Umgang mit medialen Angeboten überschätzt (vgl. Charlton 1997; Niesyto 2008). Vor diesem Hintergrund erscheint Mediensozialisationsforschung diskussionsbedürftig, denn Studien zur Rolle sozioökonomischer Faktoren im Kontext der Mediensozialisation von Kindern sind nach wie vor rar.

Die Studie

Ziel der österreichischen Panelstudie zur (Medien-)Sozialisation sozial benachteiligter Kinder war einerseits, das komplexe Netzwerk der die Sozialisation beeinflussenden Faktoren innerhalb einzelner Kindheitsphasen transparent zu machen und den Stellenwert der Familie, des Milieus, in dem die Kinder aufwachsen, und der Medien in den Vordergrund zu rücken. Andererseits sollte auch die Funktionsänderung der jeweiligen Entwicklungsagenten im Prozess der Sozialisation des Heranwachsenden deutlich gemacht werden.

Ziel des Teilprojekts zur theoretischen Fundierung (vgl. Paus-Hasebrink/Bichler 2008) war ein Konzept integrativer Mediensozialisationsforschung. Im Zentrum stand die Frage

nach dem je »praktischen Sinn« (vgl. Weiß 2000) der Umgangsweisen von Kindern und Eltern in ihren Familien mit Medien. Der Blick galt dabei den jeweiligen Möglichkeiten der Kinder aus sozial benachteiligten Familien, ihre persönliche und soziale Identität – auch mithilfe von Medienangeboten – so gut wie möglich auszubilden und Handlungskompetenz zu erwerben. Der empirische Teil bestand aus einer sich über drei Jahre erstreckenden qualitativen Panelstudie zu den Veränderungsprozessen im Kontext der (Medien-) Sozialisation und des Entwicklungsprozesses von Kindern. Das Sample umfasste 20 Kinder ab einem Alter von 5 Jahren aus Familien mit Merkmalen sozialer Benachteiligung (niedriger Bildungsgrad, Armutsgefährdung sowie spezielle Familienkonstellationen, etwa alleinerziehend bzw. Kinderreichtum). Die Studie unterteilte sich in zwei Erhebungswellen, die zwei besonders bedeutsame Lebensabschnittsphasen der Heranwachsenden markieren: das Kindergartenalter und die Grundschulzeit. In dieser Lebensphase übt die Familie einen sehr starken Einfluss auf die Kinder aus. Um die Bedeutungsverschiebungen der unterschiedlichen Sozialisationsagenten, allen voran der Medien und der Familie, eruieren zu können, wurden Einzelinterviews mit den Kindern sowie deren Eltern durchgeführt und zudem »Globalcharakteristiken« (vgl. Schütze 1977, Charlton/Neumann 1986) der jeweiligen Familien er-

stellt; diese erfassen biografische, sozio-strukturelle sowie lebensweltliche Merkmale der Haushalte.

Ausgewählte Ergebnisse

Die Beschäftigung mit Medien zählt neben dem Spiel im Freien und dem im Laufe der Sozialisation immer wichtiger werdenden Zusammensein mit Freunden zu den Lieblingsaktivitäten der 5- bis 8-Jährigen – so ein fallübergreifendes Ergebnis. Bereits im Kindergartenalter stehen den Mädchen und Jungen dazu zu Hause viele unterschiedliche, insbesondere elektronische Medien mit Schwerpunkt Unterhaltung zur Verfügung. Die im Kontext der Studie untersuchten Kinder aus sozial benachteiligten Milieus sind somit sehr gut mit (eigenen) Medien wie Fernseher, Video- bzw. DVD-Gerät, Kassettenrekorder bzw. CD-Player versorgt. In Summe nimmt die Beschäftigung mit Medien bei allen Kindern des Panels täglich mehrere Stunden Zeit in Anspruch. Die Kinder lassen häufig ähnliche Medienumgangsformen wie ihre Eltern erkennen: Sowohl die Eltern als auch ihre Kinder setzen sich täglich sehr lange mit Medien auseinander und haben ähnliche Medienfavoriten. Beschäftigen sich die Mütter und Väter nicht oder nur selten mit einem bestimmten Medium (wie etwa mit Büchern), dann ist auch die Nutzung durch die Kinder sporadisch oder gar nicht vorhanden. Aber auch hinsichtlich der Nutzungsmotive und den ambivalenten Einschätzungen zur Bedeutung von Medien in ihrem Alltag zeigen sich Parallelen zwischen Eltern und ihren Kindern: So wenden sich beide in erster Linie aus Langeweile und zur Unterhaltung Medienangeboten zu und führen Medien nicht explizit als (beliebte) Freizeitaktivitäten an, obwohl die Beschäftigung mit (insbesondere unterhaltend-elektronischen) Medien in allen Familien täglich einen großen Raum einnimmt. Medien, insbesondere das

Fernsehen, werden in den Familien deshalb zu einer Art zeitlich und finanziell leistbarer »Ersatzbeschäftigung«.

Individualisierte Mediennutzung ...

Inhaltlich präferieren die Mädchen und Jungen, so zeigen ihre Interviewaussagen, in erster Linie crossmedial vermarktete Medienangebote, deren primäres Ausgabemedium das Fernsehen ist. Abgesehen von der Vorliebe für Zeichentrick variieren die Favoriten der Mädchen und Jungen individuell und geschlechtsspezifisch und verändern sich im Laufe des Alterwerdens. Dennoch zeigt sich, dass die Heranwachsenden in erster Linie fiktionale Angebote der privaten TV-Sender, allen voran Super RTL, bevorzugen. In Abgrenzung dazu sind jedoch die Mütter und Väter davon überzeugt, dass ihre Kinder informationsorientierte Angebote favorisieren, die das Prädikat »qualitätvoll« verdienen und die ihnen altersadäquat erscheinen.

Es scheint hier eine Differenzierung zwischen »Elternmarken« und »Kindermarken« zu geben (Paus-Hasebrink/Bichler 2008, S. 161; Paus-Hasebrink u. a. 2004, S. 159). Sender wie der KI.KA oder Angebote wie *Bob der Baumeister*, *Die Sendung mit der Maus* oder *Sesamstraße* konnten als sogenannte »Elternmarken« identifiziert werden, die das Wohlwollen der Eltern genießen. Als »Kindermarken« wurden dagegen »multimedial dargebotene Produkte [identifiziert], die Kindern die Möglichkeit bieten, ihre Anliegen, zumeist deutlich als Abgrenzung von den Eltern und als erste Versuche, Unabhängigkeit und Eigenständigkeit zu erlangen und zu präsentieren, bearbeiten« (ebd. S. 160).

Die Serie *Dragonball Z* kann als Beispiel für eine »Kindermarke« dienen. Betrachtet man die Aussagen der Eltern und ihrer Kinder im Vergleich, wird deutlich, dass die Kinder sowohl Angebote aus dem Bereich der »Kinder-« als auch der »Elternmarken« re-

zipieren, dass jedoch »Kindermarken« deutlich überwiegen. Die Eltern geben zwar an, dass sie »Elternmarken«, sogenanntes »gutes Kinderprogramm«, bevorzugen, allerdings wissen sie kaum über die von ihren Kindern tatsächlich rezipierten Angebote Bescheid.

... wenig gemeinsame Nutzung

Eine gemeinsame Mediennutzung von Eltern und Kindern findet – wie generell Familienunternehmungen – in den meisten Familien nur selten, meist am Abend oder an den Wochenenden, statt; dann wird gemeinsam das TV-Liebblingsprogramm der Eltern gesehen. Mangelndes Interesse an einer gemeinsamen Rezeption, weil die gemeinsamen Medienvorlieben fehlen, wird von den Müttern und Vätern als Grund für die sporadische Mediennutzung im Familienverbund genannt.

Da milieuübergreifende Studien erkennen lassen, dass speziell in Familien mit Vor- und Grundschulkindern sich Eltern und Kinder häufig gemeinsam mit Medien beschäftigen (u. a. BIMEZ-Studie 2007, S. 17; KIM-Studie 2006, S. 63; Feierabend/Mohr 2004, S. 457), scheint die selten stattfindende Mediennutzung im Familienkreis ein Charakteristikum von Familien aus sozialen Problemlagen zu sein. Häufiger wenden sich die Geschwister zusammen Medien(-angeboten) zu. So lernen die jüngeren in der gemeinsamen Beschäftigung mit den von ihren älteren Geschwistern favorisierten Medien zumeist durch bloßes »Dabei-Sein« und Zusehen, wie man Medien bedient und welche Angebote es gibt. Dabei kommen vor allem Kinder mit älteren Geschwistern während der gemeinsamen Mediennutzung mit Angeboten in Kontakt, die nicht dezidiert für sie gemacht sind, und übernehmen dann häufig die Medienvorlieben ihrer Geschwister. Fehlende Hilfestellungen im Umgang mit diesen Inhalten bergen für die Kinder dann die Gefahr der Überforderung.

Fernsehen prägt das Alltagsleben

Überfordert bzw. überlastet zeigen sich auch die Eltern der Panelstudie in vielerlei Hinsicht – etwa bei der (Medien-)Erziehung ihrer Kinder, die in allen Familien inkonsequent und widersprüchlich erscheint. Während die einen ihren Kindern einerseits große Freiräume gewähren und diese andererseits wieder situativ und unkommentiert beschneiden, setzen die anderen Regeln, ohne aber ihre Einhaltung zu überprüfen bzw. einzufordern, und dies sowohl im Rahmen allgemeiner Erziehungs- als auch Medienumgangsweisen.

Die schwierigen Lebensverhältnisse der Familien erweisen sich dabei häufig als zentrale Gründe für die Erziehungsweisen der Eltern. Vor allem die finanziellen Problemlagen der Familien spielen dabei eine große Rolle. So finden viele Mütter und Väter oft nicht genügend Zeit und Kraft, sich ihren Kindern so zuzuwenden, wie es für eine gelingende Erziehungsarbeit nötig wäre und wie sie es eigentlich idealiter tun möchten. Um ihre Familie so gut wie möglich finanziell abzusichern zu können, müssen sie zuweilen lange und unregelmäßige Arbeitszeiten in Kauf nehmen; hinzu kommt, dass sie auch (dies gilt insbesondere für alleinstehende Mütter) Zeit für sich selbst bzw. für ihren (neuen) Partner benötigen. Der Fernseher wird dann deutlich häufiger als in Familien aus anregungsreichen Milieus (Feierabend 2006, S. 230) als »Babysitter« eingesetzt.

Dies ist auch deshalb der Fall, weil viele Eltern wegen der billigen Mietwohnungen in randnahen Bezirken oder Siedlungen leben, in denen den Kindern nach Aussage der Eltern nur wenige Beschäftigungsmöglichkeiten offen stehen. So sind die Kinder auf den engen familialen Lebensraum zurückgeworfen und oft sogar isoliert, da ihre Eltern ihnen den Kontakt zu den oft ausländischen Kindern aus der Nachbarschaft nicht selten strikt verbieten.

So wird es den Kindern etwa entge-

gen den grundsätzlichen Erziehungskonzepten gestattet, Medienangebote zu nutzen, die von den Eltern als »blödsinnig« und/oder »ungeeignet« abgelehnt werden. Die aufgestellten Medienregeln werden also in vielen Familien wenig bis gar nicht eingehalten – auch weil die Eltern vielfach nicht zugegen sind, wenn ihre Kinder Medien nutzen.

Ebenfalls zu kurz kommt die Vermittlung eines kompetenten Umgangs mit Medien(-angeboten) durch die Eltern. In den Interviews bekunden jedoch einige von ihnen explizit, dass es ihnen »eigentlich sehr wichtig« wäre, dass ihre Kinder Mediengeräte adäquat bedienen und Medieninhalte verstehen können.

Dennoch geht aus den Elterninterviews wie aus den Kinderaussagen hervor, dass nur in wenigen Familien – und dies zumeist während der eher seltenen gemeinsamen Beschäftigung mit Medien, allen voran dem Fernsehen – tatsächlich über Medien gesprochen wird. Im Regelfall geht dann die Initiative von den Kindern aus.

Nur wenigen Müttern und Vätern entgeht die Widersprüchlichkeit in ihrem Verhalten. Die meisten versuchen, einleuchtende Argumente bzw. Entschuldigungen dafür zu finden. Katrin Rohringer, die Mutter der 6-, später 8-jährigen Isabelle, bringt die Argumentationslinie vieler Eltern auf den Punkt, sie betont: »Du kannst ja nicht alles verbieten!« Auch hier können die fehlende Zeit und bisweilen auch das Gefühl einer generellen Überforderung sowie damit einhergehend auch das mangelnde Interesse der Eltern als maßgebliche Gründe für ihr (Medien-)Erziehungsverhalten angeführt werden.

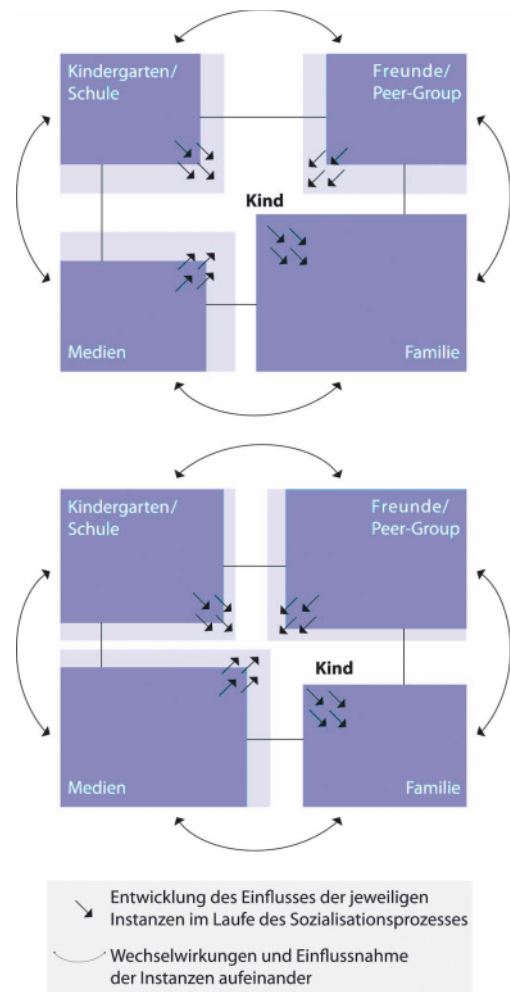


Abb. 1: Zur Rolle der vier zentralen Instanzen im Sozialisationsprozess von Kindern im Kindergarten- und Grundschulalter (oben), zur Rolle dieser vier Instanzen im Sozialisationsprozess Kindergarten- und Grundschulkindern aus sozial benachteiligten Milieus (unten) (Nachdruck aus Paus-Hasebrink/Bichler 2008, Abb. 11 und 12 auf S. 188)

Die Bedeutung der Sozialisationsagenten

Medien gewinnen einen hohen Stellenwert im Leben der Mädchen und Jungen, denn sie werden von den Kindern nicht nur als Zeitfüller und kostengünstiger Ersatz für teure Freizeitunternehmungen genutzt, sondern dienen, wie viele Fallbeispiele zeigen, in der Sozialisation der Kindergarten- und Grundschulkindern aus sozial benachteiligten Familien als zentrale Orientierungsgeber für die Identitätsbildung, den Aufbau von Wissen und die Vermittlung von Werten. Medienfiguren, die den Kindern in ihren jeweiligen Situationen bedeutsam und nützlich erscheinen, avancieren dann

vielfach zu wichtigen, wenn nicht gar den wichtigsten Bezugspersonen und Vorbildern. Die Kinder, vor allem jene aus Familien mit massiven sozialen Problemen, pflegen eine intensive, para-soziale Beziehung zu bestimmten Medienfiguren und suchen Rat und Unterstützung für die Bewältigung ihres Alltags.

Die Familie stellt den Erkenntnissen der Sozialisationsforschung entsprechend (vgl. z. B. Paus-Hasebrink u. a. 2007) bei Kindern im Kindergarten- und Grundschulalter die zentrale Entwicklungsstütze und primäre Sozialisationsinstanz dar. Erst mit der Ausweitung des kindlichen Lebensraums und der Erschließung neuer Mikrosysteme gewinnen andere Sozialisatoren wie Kindergarten bzw. Schule, Freunde bzw. Peer-Group sowie Medien im Laufe der Jahre an Bedeutung. Bei sozial benachteiligten Kindern hingegen bekommen diese Instanzen bereits früh eine große Bedeutung und es herrschen dabei starke Wechselwirkungen (vgl. Abb. 1), denn ihre Eltern haben infolge ihrer sozialen Lebensbedingungen häufig Schwierigkeiten, ihre Aufgaben als zentrale Sozialisationsinstanz zu erfüllen. Nicht selten weisen sie diese auch ganz explizit dem Kindergarten, der Schule oder aber auch den Medien zu, da dort ihre Kinder »fürs Leben lernen können«.

Fazit

Medien spielen im Alltag aller Familien der Panelstudie eine zentrale Rolle. Insbesondere das Fernsehen wird zum kostengünstigen Ersatz für andere, weil teurere Freizeitalternativen bzw. zum »Babysitter«, weil sich die Eltern infolge ihrer angespannten Lebensbedingungen nicht immer um ihre Kinder kümmern (können). Auch wenn alle Familien der Untersuchungspopulation als sozial benachteiligt gelten müssen, weisen sie dennoch sehr heterogene, dynamische Konstellationen subjektiver

und objektiver Lebensbedingungen auf. So gewinnen etwa Krankheit, psychische Beeinträchtigungen aufgrund großer sozialer Überforderung, Partnerwechsel, häufige Umzüge, um preiswerte Unterkünfte zu finden, erst in ihrem jeweiligen, individuellen Zusammenspiel und den daraus erwachsenen unterschiedlichen Interaktionsprozessen innerhalb der Familie und der jeweiligen individuellen Handlungskompetenzen der Familienmitglieder, Einfluss auf die spezifische Lebensführung und Sozialisationsleistung der Familien. Wenn sich auch bei allen Familien der Panelstudie die medialen Umgangsweisen (hohe Bedeutung von Medien; große Unsicherheit im Umgang mit der Fülle an Medienangeboten; Widersprüche und Inkonsistenzen in der (Medien-)Erziehung) in nahezu gleicher Weise wiederfinden lassen, so zeigen die Einzelfallbeschreibungen im Rahmen der Panelstudie deutlich (Paus-Hasebrink/Bichler 2008, Kap. 3.4): Für jedes Kind ergibt sich ein spezifisches Maß an sozialer Benachteiligung im Kontext seiner (Medien-)Sozialisationsinstanz erst in der sich dynamisch vollziehenden Kombination seiner jeweiligen Lebensbedingungen. ■

LITERATUR

Barthelmes, Jürgen: Zwölfter Kinder- und Jugendbericht: Bildungsorte und Lernwelten. In: DJI Bulletin, -/2005/73, S. 20-23.

BildungsMedienZentrum des Landes Oberösterreich (Hrsg.): 1. Oö. BIMEZ Kinder-Medien-Studie 2007. Online unter: http://www.bimez.at/uploads/media/pdf/mediopaedagogik/kinder_medienstudie07/charts_kinder.pdf (Abruf: 10.3.2009).

Charlton, Michael: Rezeptionsforschung als Aufgabe interdisziplinärer Medienwissenschaft. In: Charlton, Michael; Schneider, Silvia (Hrsg.): Rezeptionsforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag 1997, S. 16-39.

Charlton, Michael; Neumann, Klaus: Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung. München u. a.: Psychologie Verlags Union 1986.

Feierabend, Sabine; Mohr, Inge: Mediennutzung von Klein- und Vorschulkindern. Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie »Kinder und Medien« 2003. In: Media Perspektiven, -/2004/9, S. 453-461.

Grundmann, Matthias: Kindheit, Identitätsentwicklung und Generativität. In: Lange, Andreas;

Lauterbach, Wolfgang (Hrsg.): Kinder in Familie und Gesellschaft zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Stuttgart: Lucius u. Lucius 2000, S. 87-104.

Lange, Andreas; Xyländer, Margret: Familie als Bildungswelt. In: Lange, Andreas; Xyländer, Margret (Hrsg.): Familie als Bildungswelt. München: DJI 2009.

Lange, Andreas; Lauterbach, Wolfgang: Kinder in Familie und Gesellschaft zu Beginn des 21. Jahrhunderts. Stuttgart: Lucius u. Lucius 2000.

Mansel, Jürgen; Neubauer, Georg (Hrsg.): Armut und soziale Ungleichheit bei Kindern. Opladen: Leske u. Budrich 1998.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2006. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: mpfs 2007.

Niesyto, Horst: Medienkulturen und soziale Ungleichheit – Einführung in die Thematik. Vortrag am 21. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE) 2008 (unveröffentl. Vortragsmanuskript).

Paus-Hasebrink, Ingrid; Lampert, Claudia; Hammerer, Eva; Pointecker, Marco: Medien, Marken, Merchandising in der Lebenswelt von Kindern. In: Paus-Hasebrink, Ingrid u. a.: Medienkindheit – Markenkindheit. München: kopaed 2004, S. 135-184.

Paus-Hasebrink, Ingrid; Bichler, Michelle: Mediensozialisationsforschung. Theoretische Fundierung und Fallbeispiel sozial benachteiligter Kinder. Innsbruck u. a.: StudienVerlag 2008.

Paus-Hasebrink, Ingrid; Bichler, Michelle; Wijnen, Christine: Kinderfernsehen bei sozial benachteiligten Kindern. In: Medienpädagogik, -/2007/13. Online unter: <http://www.medienpaed.com/13/paus-hasebrink0707.pdf> (Abruf: 10.03.2009).

Schütze, Yvonne: Innerfamiliäre Kommunikation und kindliche Psyche. Berlin: MPI für Bildungsforschung 1997.

Weiß, Ralph: »Praktischer Sinn«, soziale Identität und Fern-Sehen. Ein Konzept für die Analyse der Einbettung kulturellen Handelns in die Alltagswelt. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 48/2000/1, S. 42-62.

World Vision-Kinderstudie: Kinder in Deutschland 2007. Kurzfassung online unter: <http://www.worldvisionkinderstudie.de/downloads/zusammenfassung-kinderstudie2007.pdf> (Abruf: 10.3.2009).

DIE AUTORINNEN



Ingrid Paus-Hasebrink, Dr. phil., ist Professorin für Audiovisuelle Kommunikation an der Universität Salzburg, Österreich.

Michelle Bichler, Mag. Phil., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.

