merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Antje Müller: nachgefragt

Beitrag aus Heft »2018/01 Jugend. Medien. Raum. Identität«

Wenn es um das mediale Nutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen geht, greifen Fachkräfte und Studierende sehr gern auf die Forschungsergebnisse des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) zurück. Antje Müller hat mit Sabine Feierabend, Co-Autorin der JIM- und KIM-Studie sowie Referentin Medienforschung/ Programmstrategie beim Südwestrundfunk, über die Relevanz und Aussagekraft der Studienanlagen sowie mögliche Veränderungen gesprochen.

merz: Die KIM- und JIM-Studien sind Trendstudien, was macht sie so besonders?

Feierabend: Besonders wertvoll ist aus meiner Sicht, dass wir (a) seit fast zwei Jahrzehnten das Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen dokumentieren und (b) die Ergebnisse kostenfrei beziehbar sind und dadurch eine relativ breite Nutzerschaft erreicht wird. So gelingt es, Hürden und Barrieren für wichtige Themen wie Medienerziehung und -kompetenz so gering wie möglich zu halten, um möglichst viele Personen zu informieren. Daher sind die Studienberichte auch bewusst weniger wissenschaftlich aufgezogen, sondern mit einer starken Anwender- und Lesefreundlichkeit für Lehrende, Studierende, Interessierte oder Beschäftigte in Politik und Öffentlichkeit. Die wichtigsten Punkte sind aber, dass die einzelnen Kooperationspartner – mpfs, SWR, die Landesmedienanstalten Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz – zusammenarbeiten, anhand der Ergebnisse konkrete pädagogische Handreichungen entwickeln und damit ein Gegengewicht zu öffentlichen Debatten bilden können.Gerade im Bereich Medien muss mit Gerüchten stetig aufgeräumt werden. Hinsichtlichder Befragungsmethoden überlegen wir immer mal wieder, auf Onlinebefragungen umzusteigen;bisher ist das aber noch Zukunftsmusik.

merz: Es gibt in den Studien ein Bündel an gleichbleibenden Fragen. Nach welchen Kriterien wird entschieden, welches Thema vertieft erhoben wird?

Feierabend: Die gleichbleibenden Fragen dienen dazu, die allgemeinen Entwicklungen adäquat abzubilden. 20 bis 30 Prozent des Fragebogens sind für aktuelle bzw. tiefergehende Fragestellungen vorgesehen. In der JIM-Studie 2017 haben wir zum Beispiel die Nutzung englischsprachiger Filme und Serien aufgegriffen, da die Ergebnisse für uns als Fernsehveranstalter von Interesse sind. Relevant sind auch solche Spezifika, die sich einfach aus den Interessen und Fragestellungen der Landesmedienanstalten und deren Medienkompetenzangeboten insgesamt ableiten. So hatten wir 2016 beispielsweise abgefragt, ob YouNow tatsächlich ein besorgniserregendes Phänomen darstellt.

merz: Um Veränderungen im Altersverlauf erkennen zu können, wäre es sinnvoll, Schwerpunktthemen des Jugendalters schon der KIM grundzulegen. Wie werden solche Überlegungen bei der Konzeption der Studien einbezogen?

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Feierabend: Wir haben in beiden Untersuchungen ähnliche Fragenkomplexe, die wir aber an das unterschiedliche Alter der Befragten anpassen müssen. Manche Fragen könnten wir bereits Sechs- oder Siebenjährigen stellen, manche nicht. Wir wissen, dass Artikulations- und Auskunftsfähigkeit noch nicht ausgeprägt genug sind. Einige haben oft nur mit Mühe und Not im Blick, was eine Woche ist, und ob etwas ein- oder mehrmals in der Woche stattgefunden hat. Daher nehmen wir Fragen, von denen wir glauben und wissen, dass auch Dritte darüber Auskunft geben können. Dazu brauchen wir in der KIM andere Skalen, da die Wahrnehmung und Nutzungsgewohnheiten der Kinder weniger differenziert ausgeprägt sind als die der Jugendlichen. Da beide Studien seit 1998 bzw. 1999 laufen, ist es dort möglich, zu erkennen, was bei den Kindern bereits festgestellt wurde und sich bei den Jugendlichen verlängert.

merz: Heranwachsende sehen heute auch auf dem PC fern – über YouTube, aber auch per Stream oder über Mediatheken. Was sagt die Kategorie Fernsehen im Zeitalter der Gerätekonvergenz noch aus?

Feierabend: In der JIM-Studie 2017 haben wir die Möglichkeiten des Fernsehens sehr differenziert abgefragt: live im TV, im Livestream, im Netz, in den Mediatheken et cetera. Da zeigt sich schon, dass Fernsehinhalte weiterhin intensiv linear genutzt werden. YouTube dient nicht in erster Linie im Sinne der Nutzung klassischer Fernsehinhalte, hier stehen andere Inhalte im Vordergrund. Immer weiter verbreitet sind Streamingdienste, die sich mit Netflix und Amazon Prime beispielsweise bei den Älteren deutlich etabliert haben; entsprechend hat sich auch die Haushaltsausstattung entwickelt. Eine Grenzziehung, ob das nun Fernsehen oder ‚Internet' ist, ist aber schwierig. Vor gut drei Jahren haben wir einen qualitativen Test dazu gemacht: Wir haben Jugendlichen identische Inhalte auf verschiedenen Endgeräten präsentiert und sie gefragt, was sie gerade machen – mit nicht repräsentativen, nur begrenzt zitierfähigen Ergebnissen. Deutlichzu erkennen war aber, dass Inhalte, die aus dem Fernsehen bekannt sind, wie Simpsons, für sie eine Fernsehserie sind; egal, wo sie diese gucken.

merz: In der medienpädagogischen Forschung und Praxis interessiert oft mehr die Frage, zu welchen Zwecken Heranwachsende Medien nutzen und welche Bedürfnisse sie damit erfüllen: Warum liegt der Fokus der Studien auf den genutzten Geräten, und nicht stärker auf deren Funktionen?

Feierabend: In einer telefonischen Befragung ist das nicht immer einfach. Wir untersuchen aber schon jetzt jenseits von Endgeräten die Bereiche Kommunikation, Unterhaltung und Recherche. Sicherlich haben wir noch nicht den Stein der Weisen gefunden und müssen uns mittelfristig weiterentwickeln. Aber die Geräte spielen eben auch eine Rolle, sie sind der Zugang zu den Inhalten: Mit dem Handy, einem sehr starken Gerät, aber nach wie vor auch mit dem Fernsehgerät, das zusätzliche Funktionen hat und entsprechend anders genutzt wird.

merz: Wie stehen Sie zu qualitativen Interviews als mögliche Zukunftsvariante?

Feierabend: Wir stehen eher in der Tradition quantitativer Forschung. Qualitative Fragestellung kommen bei uns in Betracht, wenn wir einzelne Punkte weiterentwickeln und mit quantitativer Forschung überprüfen. Aber die Studienreihen per se um qualitative Verfahren zu erweitern, ist derzeit nicht vorgesehen. Für die JIM-Studie hatten wir einige Zeit eine qualitative Nachbefragung mit einer kleineren Stichprobe – JIM Plus. Diese konnten wir aber leider nicht weiter stemmen.

merz: Wie werden Sie Fragestellungen oder Forschungsmethodiken weiterentwickeln?

Feierabend Wir entwickeln kontinuierlich sowohl einzelne Fragestellungen als auch die Methode bei Bedarf weiter, denken grundsätzlich aber von Jahr zu Jahr, anhand aktueller Entwicklungen. Ein wichtiges Ziel ist es immer, die Kontinuität soweit wie möglich beizubehalten. Das bedeutet, dass wir immer abwägen, ob neue Fragen wirklich spannender sind als unsere Vergleichbarkeit.