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

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Andreas Lange: Familie digital gestalten. Digitale Medien und die Herstellung von Familie im Fadenkreuz qualitativer Längsschnittforschung

Beitrag aus Heft »2021/06 Kinder- und Jugendmedienschutz mitmachen«

Die Digitalisierung des Familienlebens schreitet in Verknüpfung mit ihrer Medialisierung und Mediatisierung stetig voran und wurde durch die Pandemie nochmals forciert. Mit der vorliegenden Forschungsarbeit gewähren uns die Autor*innen fundierte Einblicke in diesen Prozess und in die Konsequenzen für die kindliche Medienaneignung.

Methodisch gesehen handelt es sich um eine qualitative Längsschnittstudie. In sechs Erhebungen wurden zu Beginn bei 20 Familien, von denen noch 14 bei der letztmaligen Datenerhebung im Herbst 2020 dabei waren, detaillierte Informationen zu folgenden Aspekten eingeholt (S. 15ff): Mittels eines Leitfadens wurden die allgemeine Lebenssituation, Betreuungs- und Wohnkonstellation, Rolle der Medien im Familienalltag, kindliche Entwicklung sowie Haltung der Eltern zu digitalen und mobilen Medien abgefragt. Dazu wurden teilweise ergänzend eigene Erhebungsinstrumente konzipiert wie ein ‚Medienhaus' und eine ‚Medienpizza'.

Ein instruktiver Forschungsüberblick bahnt den Weg in die Darstellung der eigenen Ergebnisse. Aufgegliedert in kognitive, emotionale, motorische und soziale Entwicklung werden die medienbezogenen Fähigkeiten der Kinder beschrieben. Besonders innovativ ist die vertiefende Auseinandersetzung mit den Potenzialen, die das digitale Medienrepertoire speziell Kindern mit Förderbedarf bietet. Für alle Kids wiederum sind neben der Entspannung durch Medienrezeption die Erlangung von Selbstwirksamkeit durch das immer bessere Bedienen der Geräte sowie die orientierende Funktion hervorhebenswert. Insgesamt gesehen erklären sich die medienbezogenen Fähigkeiten der Kinder durch den Fortschritt in anderen entwicklungsbedingten Fähigkeiten, die medienbezogenen Erfahrungen und durch den jeweils zugänglichen Medienfundus – ökologisch eingebettet in die sozialen Parameter wie Geschwister und die elterliche Medienaffinität (S. 61).

In Kapitel 4 warten die Autor*innen mit einem gelungenen Transfer eines familienwissenschaftlichen Konstrukts auf die Digitalisierungsthematik auf. Sie greifen auf das maßgeblich durch Karin Jurczyk, Andreas Lange und Barbara Thiessen entwickelte Konzept der ‚Familie als Herstellungsleistung' – Doing Family – zurück, um zwei Sachverhalte ins Rampenlicht zu stellen. Zum einen wird danach gefragt, wie sich Familiales auf den Medienumgang auswirkt. Umgekehrt wird zum anderen der Tragweite des Mediengebrauchs für den Vollzug der Familienwirklichkeit nachgegangen. Wie zu erwarten, erweist sich der vielfältige Mediengebrauch als feste Koordinate im Familienalltag, wobei das eingesetzte und genutzte Medienspektrum zwischen den Familien erheblich variiert. Gemeinsam aber ist der geräteübergreifende Zugriff auf die präferierten Medieninhalte. Die Orchestrierung und Interpunktierung des Doing Family hängt von den konkreten Lebensweltumständen ab.

Auch auf der emotionalen Ebene fungiert die Medienaneignung als wichtiges familienstützendes Moment. Dies kommt insbesondere in den regelmäßigen Medienritualen zum Tragen, die über die Erhebungszeit der Studie weitgehend stabil bleiben.

In Nichtroutinesituationen werden die digitalen Medien ebenso familienintegrativ und -dienlich eingesetzt. Das gilt für das Hören von Hörspielen via MP3-Player bei längeren Urlaubstrips ebenso wie für eher lästige institutionell

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

bedingte Wartezeiten beim Arzt und Behörden (S. 105). Und es hatte herausgehobene Bedeutung während der Hochzeiten der Pandemie (S. 119).

Einem Schlüsselfaktor des gelingenden und entwicklungsförderlichen Medienumgangs wird umfassend in Kapitel 5 Rechnung getragen. Angesprochen sind die Haltungen der Eltern zu digitalen Medien und der Medienerziehung. Welche Haltung gegenüber den Medien eingenommen wird, hängt von einem Multifaktorengeflecht ab (S. 163).

Die konkrete Medienerziehung ist sehr differenziert in Kapitel 6 beschrieben und wird in einer Typologie systematisiert abgebildet. Diese Typologie konstituiert sich durch den Einbezug der Haltung der Eltern zu digitalen Medien, zu Medienerziehung allgemein und zur konkreten Regelsetzung. Unterschieden werden können auf diese Weise sechs Typen der Medienerziehung (Die Unterstützenden, die Flexiblen, die Anspruchsvollen, die Zwiegespaltenen, die Überzeugten und die Verunsicherten). Eine zusammenfassende Übersicht über die Hauptergebnisse findet sich in Kapitel 8.

Insgesamt gesehen liegt hiermit ein wichtiger Beitrag zur Debatte um die Digitalisierungsfolgen in Familien vor. Das Verdienst der Studie liegt in einer engen Kopplung von Forschungsstanderuierung, theoretischer Konzeptualisierung und unprätentiöser Auswertung. Unterstrichen werden soll durch eine wissenschaftssoziologische Brille gesehen die enge Verzahnung familien- und medienwissenschaftlicher Expertise.

Besondere ‚take-aways' sind neben der konzisen Ergebnisdarstellung und überzeugenden theoretischen Rahmung vier Elemente, die an dieser Stelle hervorgehoben werden sollen. Erstens sind die Fallstudien zu den einzelnen Familien klugerweise nicht linear aneinandergefügt, sondern inhaltlich passend zu einzelnen Teilkapiteln. Zweitens folgen auf jedes Kapitel anregend formulierte, unaufdringliche Medientipps. Drittens ist das Buch in einer klaren, plastischen Sprache verfasst – was für sozialwissenschaftliche Texte nicht immer zutrifft. Und viertens tragen die Visualisierungen zu einer aufgelockerten Lektüre bei.

Eggert, Susanne/Oberlinner, Andreas/Pfaff-Rüdiger, Senta/Drexl, Andrea (2021). Familie digital gestalten. FaMeMo – eine Langzeitstudie zur Bedeutung digitaler Medien in Familien mit jungen Kindern. München: kopaed. 277 S., 19,80 €.

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