Besprechungen

David Buckingham

After the Death of Childhood

Growing Up in the Age of Electronic Media

Cambridge: Polity, 2001. - 245 S.

ISBN 0-7456-1933-9

Anfang der 80er Jahre landete Neil Postman einen Bestseller mit dem Titel „Das Verschwinden der Kindheit", das seiner Meinung nach vom Fernsehen veranlasst war. Weil Kindheit mit dem Buch entstanden sei, so Postman, gehe sie mit dem Fernsehen zu Ende. Worin sah er die treibende Kraft? Weil elektronische Medien keine „Geheimnisse" bewahren könnten und es „ohne Geheimnisse" „so etwas wie Kindheit nicht geben" könne, demontiere Fernsehen Kindheit. Fast 20 Jahre später fragt der Londoner Medienpädagoge David Buckingham, was denn nach dem Ende der Kindheit, „after the death of childhood" käme, und nimmt das zum Anlass, das Thema Kindheit und Medien zu entfalten. Was auf den ersten Blick vielleicht nur als Attraktion erscheint, um, wie Postman vor zwanzig Jahren, Leser zu gewinnen, entpuppt sich beim genauen Lesen als differenziertes Abwägen des theoretischen Rahmens der kulturellen Beziehung von Kindern und Medien, das schließlich auch die Basis für Medienpädagogik legen will.

Ausgangspunkt ist ein Blick auf gängige Diskurse zu Kindheit (Kinder als die Bedrohten/Kinder als Bedrohende), der Medien als Teil dieser Diskurse nicht außer Acht lässt. Selbstverständlich ist sich Buckingham der theoretischen Voraussetzung seiner Argumentationsweise bewusst, weshalb er vom sozialen Konstrukt der Kindheit ausgeht. Der Gedanken der Repräsentation von Kindheit (S. 8 ff. „Representing childhood") hilft, sowohl die historische Brücke von der Literatur des 19. Jahrhunderts zu aktuellen Vorstellungen zu schlagen als auch von der Einbindung der Medien in Kindheits-Diskurse zu berichten. Im ersten Teil des Buches referiert Buckingham die Kindheitskonzepte, die sich explizit auf Medien als konstitutivem Teil von Kindheit beziehen. Informativ ist die Auseinandersetzung mit neuen Argumentationsmustern (S. 46 ff. „The new generational rhetoric"), die die mit elektronischen Medien einhergehenden Chancen für Kinder als prägend für die aktuelle Kindheit sehen. Buckingham stellt entsprechende Argumentationsfiguren vor, wie „new powerful tools for inquiry, analysis, self-expression, influence, and play" (S. 47), „digital communications flash through the most heavily fortified boarders" (S. 51).

Der zweite Teil des Buches entfaltet systematisch die Veränderung von Kindheit (soziale Orte, Schule und Arbeit, Zeit, Grenzen, Ungleichheit) sowie die im Bereich der Medien (Technologie, Institutionen, Text, Publikum, Grenzen) und versucht, die Interdependenz dieser Veränderung zu erkunden. Als erfahrener Wissenschaftler begnügt sich Buckingham nicht mit einem einleuchtenden und gerade in der Popularisierung von Wissenschaft beliebten Konzept von Veränderung („changing"), die unhinterfragt zur treibenden Kraft erklärt wird. Stattdessen diskutiert er das für seinen Untersuchungsbereich der Kindheit und der Medien relevante Paradigma der Veränderung, indem er sich auf sein Argumentationsmodell rückbezieht, nämlich auf die Diskurse über Kinder und solche, die sich an Kinder richten, die in ihrer Verschränkung „Kindheit definieren" (S. 103). Dazu verschafft er sich einen Überblick, wie Forschung über Kinder als Mediennutzer bzw. als Publikum den Gedanken der Veränderung objektiviert, u. a. (S. 106 ff.) mit „action and reaction", „social audience", einem sich ändernden Begriff von Wirklichkeit („reality revisited").

Der dritte Teil des Buches fokussiert den Gedanken der Veränderung zum einen auf das Thema der Gewaltdarstellungen, das Buckingham deswegen für „unvermeidlich" hält, weil sich die öffentliche Debatte der Beziehung Kinder-Medien vom Thema her der Gewalt annähert. An dieser Stelle scheint auch Buckinghams pädagogische Idee auf, wenn er „moralischen Kampagnen" (S. 144) eine Absage erteilt. Stattdessen fordert er (S. 144): „We need much more coherent and consistent initiatives at the level of educational and cultural policy that will enable children and parents to become informed, critical participants in media culture". Um diesen Gedanken zu entfalten, beschäftigt sich Buckingham sowohl mit der Beziehung von „public" und „private" als auch mit der Rolle öffentlicher Institutionen wie der Schule. Das geschieht mit den für den aktuellen britischen und amerikanischen wissenschaftlichen Diskurs typischen Konzepten von Kindern als

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-2-274 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

„Consumers“ und „Citizens“. So anregend diese angloamerikanischen Argumentationsfiguren für die deutsche Medienpädagogikdiskussion sein kann, die sich mit „Medienkompetenz“ doch recht beschränkt oder beschränken lässt, so könnte u. a. der deutsche Begriff von Bildung oder der angloamerikanische von „Subjectivity“ eine gewisse konzeptionelle Engführung fruchtbar erweitern.

Der Gedanke, Kinder als Subjekte zu sehen, die einen kulturellen Anspruch an die öffentlichen Medien haben, ein Anspruch, den auch die großen internationalen Kinderorganisationen vertreten, entspricht als konkrete Forderung der Debatte, die sich im Spannungsfeld von Consumerism und Citizenship bewegt. David Buckingham – im Moment sicher der führende Repräsentant der angloamerikanischen Medienpädagogik – schafft es, Medienpädagogik als kulturelle Erziehungsaufgabe konzeptionell zu begründen. Die Begrenzung auf die zentralen Modelle des angloamerikanischen Wissenschaftsdiskurses zur Medienpädagogik ist sicherlich für die deutsche Debatte anregend, vermutlich auch, weil das Buch die wesentlichen Argumentationsfiguren und wissenschaftlichen Diskurslinien erfolgreich verdichtet. Für die internationale Debatte brächten regionale Ideen wie die der „Bildung“ oder angloamerikanische wie die der „Subjectivity“ vielleicht konstruktive Unruhe in die weitere Entwicklung einer international agierenden Medienpädagogik.

Ben Bachmair

Daniel Rölle / Petra Müller / Ulrich W. Steinbach

Politik und Fernsehen

Inhaltsanalytische Untersuchungen

Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag, 2001. – 302 S.

ISBN 3-8244-4428-3

Die Bedeutung der Medien im politischen System wurde lange von der Politikwissenschaft unterschätzt. Dies scheint sich in jüngster Zeit zu ändern, denn immer mehr Politikwissenschaftler befassen sich in ihrer Forschung nun auch mit der Massenkommunikation. Einen erfreulichen Schritt in diese Richtung markiert der vorliegende Sammelband mit dem Titel „Politik und Fernsehen“. Veröffentlicht sind darin drei Magisterarbeiten, die in der politikwissenschaftlichen Abteilung der Universität Stuttgart entstanden sind. Zwei der drei Studien widmen sich dem im Titel anvisierten Zusammenspiel von Fernsehen und Politik. Mit Hilfe spezieller Untersuchungsdesigns, die auf inhaltsanalytisch gewonnen Daten beruhen, wollen die Autoren mit unterschiedlichen Fragestellungen das Verhältnis Politik und Medien kritisch hinterleuchten: Kann von einer Amerikanisierung der politischen Fernsehberichterstattung während Wahlkampfzeiten gesprochen werden? Und: Findet seit Einführung des privaten Rundfunks eine Entpolitisierung der Fernsehprogramme statt?

Zur Beantwortung der letztgenannten Frage überprüft Ulrich Steinbach die Konvergenzhypothese anhand einer Programmstrukturanalyse privater und öffentlich-rechtlicher Fernsehveranstalter. Hierfür untersucht er das Fernsehprogramm von ARD, ZDF, SAT.1 und RTL zwischen 19 und 23 Uhr an jeweils 28 Abenden in den Jahren 1985 bis 1998. Nach einem methodisch sicheren Vergleich konstatiert er zwar eine Orientierung der öffentlich-rechtlichen wie der privaten Anbieter am vermeintlichen Massengeschmack, also eine Verdrängung von Informations- und Kulturangeboten zugunsten von Unterhaltung, Infotainment- und Mischformaten, lehnt jedoch aufgrund weiterhin bestehender Differenzen die Vorstellung eines einfachen Angleichungsprozesses ab. Im Bewusstsein der Abhängigkeit von der gewählten Operationalisierung bei Programmanalysen, erläutert der Autor sein Ergebnis, das ein weiteres Indiz darstellt für die Verdrängung der Politik von der Fernsehagenda.

Die Entpolitisierung des Fernsehens ist auch Thema des Beitrags von Petra Müller. Sie sucht nach Spuren einer Amerikanisierung in der Berichterstattung der Fernsehnachrichten vor den Bundestagswahlen 1987 und 1998. Die Studie weist eine Reihe theoretischer und methodischer Mängel auf: So wirkt die Auseinandersetzung mit dem Begriff der Amerikanisierung wenig reflektiert, insbesondere weil mögliche gesellschaftliche Veränderungen, darunter auch die Ausdifferenzierung der Fernsehmärkte, völlig unterbelichtet bleiben. Sie sind jedoch die Stimuli eines Wandels der politischen Berichterstattung. Diese Entwicklung als Amerikanisierung zu charakterisieren, ist nur insofern gerechtfertigt, als den USA hierbei eine Vorreiterrolle zukommt. Längst haben sich Be-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-2-274 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY