

## Medienpädagogische Forschung

HORST NIESYTO

Im bisherigen disziplinären Verständnis bezieht sich medienpädagogische Forschung auf den gesamten Bereich der Medien- und Kommunikationsforschung, der Medienrezeptionsforschung sowie der Erforschung von medienpädagogischen Praxisprojekten. Zu unterscheiden sind weiterhin qualitative und quantitative Studien sowie Forschungsdesigns, die qualitative und quantitative Methoden miteinander verbinden.

In den letzten 10 bis 15 Jahren sind zahlreiche Studien zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen erschienen. Unter dem Aspekt einer einführenden Literatur soll besonders auf folgende Publikationen hingewiesen werden:

- **Vollbrecht, Ralf (2001): Einführung in die Medienpädagogik. Weinheim: Beltz.**

Das Buch enthält ein längeres Kapitel über verschiedene Ansätze der Medien- und Kommunikationsforschung in historischer und systematischer Perspektive. Ansätze, Methoden und ausgewählte Ergebnisse werden übersichtlich dargestellt. Für eine Einführung in den Gegenstandsbereich ein sehr informativer und verständlich geschriebener Text.



- **Paus-Haase, Ingrid / Schorb, Bernd (Hrsg.) (2000): Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. München: KoPäd.**

Diese Veröffentlichung ist als Arbeitsbuch konzipiert und bietet nach einer theoretisch-methodologischen Einführung mehrere Beispiele zu Projekten aus der Kinder- und Medienforschung, z.B. zum Verständnis von Fernsehwerbung bei Vorschulkindern, zur Erfassung kindlicher Geschlechtskonstruktion bei Bilderbuchangeboten, zur Mediennutzung und Medienkompetenz von Kindern im Grundschulalter. Bemerkenswert sind auch methodische Reflexionen, wie durch Rollenspiele, Kinderzeichnungen, "lautes Denken" und andere Formen altersadäquate Zugänge zur Medienwelt und Medienverarbeitung von Kindern und Jugendlichen möglich sind.

- **Dichanz, Horst (Hrsg.) (1998): Handbuch Medien: Medienforschung. Konzepte, Themen, Ergebnisse. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.**

Das bei der Bundeszentrale kostenfrei zu erwerbende Handbuch enthält grundlegende Beiträge sowie Artikel zum Themenbereich Medien, Lernen und Sozialisation. Gleichzeitig gibt das Buch einen Überblick zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in einzelnen Mediensparten und nimmt dabei sowohl auf quantitative als auch auf qualitative Untersuchungen Bezug. Die Themen Werbung, Werbekompetenz, Wirkungen medialer Gewaltdarstellungen werden in mehreren Beiträgen behandelt. Statistische Basisdaten zur Mediennutzung runden die Veröffentlichung ab.

- **Hiegemann, Susanne / Swoboda, Wolfgang H. (Hrsg.) (1994): Handbuch der Medienpädagogik. Opladen: Leske + Budrich.**

Das Kapitel IV dieses Handbuchs enthält Beiträge von Heinz Bonfadelli über die standardisierte Jugend-Media-Forschung und Möglichkeiten quantifizierender Rezipientenforschung, von Uwe Sander und Ralf Vollbrecht mit

einem Überblick zu verschiedenen Ansätzen der Medienforschung, von Helga Theunert über Spezifika und die Ergänzung von quantitativ und qualitativ orientierten Ansätzen, von Stefan Aufenanger zu den Dimensionen einer strukturanalytischen Rezeptionsforschung sowie von Wolfgang Swoboda zu konkurrierenden Forschungsparadigmen.

Im Seminar wurden Frageperspektiven, Methoden und ausgewählte Studien jener Forschungsansätze skizziert, die besonders **mediensoziologische, medienbiografische, alltags- und lebensweltorientierte** Aspekte akzentuieren.

Gleichzeitig wurde der Begriff „medienpädagogische Forschung“ reflektiert. In der Medienpädagogik wird der Begriff „medienpädagogische Forschung“ in sehr allgemeiner Weise verwendet (vgl. Hiegemann/Swoboda 1994). Zu überlegen ist, ob *medienpädagogische* Forschung nicht von *Medienrezeptionsforschung* unterschieden werden sollte. Während sich *Medienrezeptionsforschung* der Gesamtheit von Fragestellungen öffnet, die mit der Nutzung von vorhandenen Medienangeboten durch Kinder und Jugendliche verbunden sind, sollte *medienpädagogische* Forschung stärker auf **pädagogisch** relevante Fragen der Mediennutzung sowie der Eigenproduktion (Gestaltung) mit Medien focussieren. In der aktuellen Forschung gibt es nach wie vor zu wenig Studien,

- die medienpädagogische Praxisaktivitäten wissenschaftlich begleiten und evaluieren,
- die insbesondere Aneignungsformen und ästhetische Ausdrucksformen im Bereich der aktiv-produktiven Medienarbeit genauer analysieren,
- die Qualifikation, Konzepte und Stile der jeweiligen medienpädagogischen Beratung untersuchen.

Ähnliches gilt auch für den Teilbereich mediendidaktischer Aktivitäten.

Im Bereich der **Theoriebildung** gibt es ebenfalls Desiderata. Zu nennen sind vor allem Fragen im Bereich der Medienanthropologie, der Integration von Medienkompetenz in ein umfassendes Konzept von Medienbildung, die „soziale Frage“ in der Medienpädagogik sowie intergenerationelle und interkulturelle Dimensionen der Medienpädagogik (vgl. hierzu u. a. den Beitrag von STEFAN AUFENANGER: <http://www.erzwiss.uni-hamburg.de/Personal/Aufenanger/Publicationen/veroeff.htm>).

In Ludwigsburg legt die **Abteilung Medienpädagogik** einen besonderen Stellenwert auf Studien, die soziokulturelle Unterschiede in der Medienpädagogik untersuchen sowie auf Forschungen im Bereich interkultureller Medienarbeit, die aus einer ethnografischen Perspektive vorhandene Medienkompetenzen von Kindern und Jugendlichen erforschen und an einer sozial-ästhetischen Ausdifferenzierung von Kompe-

tenzvermittlungs-Konzepten interessiert sind.

In diesem Zusammenhang sind folgende Forschungsprojekte zu nennen:

- „Medienpädagogik und soziokulturelle Unterschiede“: Dieses Projekt erhob im Rahmen einer Expert/innen-Befragung in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz Erfahrungswerte von über 60 Kolleg/innen; ein Ergebnis ist eine „Mittelschichtlastigkeit“ der Medienpädagogik;
- das internationale Forschungsprojekt „VideoCulture - Video und interkulturelle Kommunikation“, das von 1997-2000 in Deutschland, England, Tschechien, Ungarn und den **USA** stattfand und vor allem nach Formen und Elementen einer länderübergreifenden Symbolsprache beim Einsatz des Mediums Video fragte;
- das aktuelle internationale Forschungsprojekt „CHICAM“ („Children in Communication about Migration“), das entlang verschiedener thematischer Aspekte die Kommunikation von 10-14jährigen Kindern aus Migrations- und Asylkonten in mehreren europäischen Ländern untersucht (EU-Forschungsprojekt, Framework 5).

**Methodologisch** orientieren sich die eigenen empirischen Arbeiten an der Verbindung von einem *ethnografischen* und *medienpädagogischen* Ansatz: Kinder und Jugendliche werden motiviert, Eigenproduktionen mit Medien zu erstellen. Über diese Form medienpädagogischer Handlungsforschung erhofft sich die Forschung neue Zugänge zu den Lebens- und Medienwelten von Kindern und Jugendlichen.



Dem Ansatz „Eigenproduktionen mit Medien“ liegt die Annahme zugrunde, dass Kinder und Jugendliche - dies belegen zahlreiche Rezeptionsstudien - die Welt zunehmend medial vermittelt wahrnehmen und erfahren. Da Wahrnehmungsformen auch Ausdrucksformen beeinflussen, geht es zugleich um methodische Fragen - gerade bei subjektorientierten Forschungsansätzen. Diese Ansätze legen großen Wert auf sog. *subjektadäquate* Methoden der Datenerhebung

„Zu überlegen ist, ob medienpädagogische Forschung nicht von Medienrezeptionsforschung unterschieden werden sollte.“

und Selbstrepräsentation. Dies bedeutet vor allem, die Forschung in alltägliche Ausdrucks- und Kommunikationsformen einzubetten. Angesichts der Mediatisierung der Alltagskommunikation ist die **These**:

Wer in der heutigen Mediengesellschaft etwas über die Vorstellungen, die Lebensgefühle, das Welterleben von Jugendlichen erfahren möchte, der sollte ihnen die Chance geben, sich - ergänzend zu schrift- und wortsprachlichen Formen - auch mittels eigenen, selbst erstellten Medienproduktionen auszudrücken, die präsentativ-symbolische Formen integrieren (Bilder, Musik, Körpersprache).

Der Einsatz visueller und audiovisueller Medien im Kontext von Eigenproduktionen bietet Erkenntnismöglichkeiten, die mit sprachgebundenen Methoden nicht oder nur eingeschränkt gegeben sind. So liegt die besondere Qualität des Einsatzes der **Fotografie** vor allem in der Reduktion auf Momenteindrücke, in der emotional starken Wirkung einzelner Bilder, in der Darstellung räumlicher Kontexte, in projektiven Verfahren (z. B. Fotobefragung), als Stimulus bei narrativen Interviews. Es gibt auch Ansätze, Fotos nicht nur als Beleg- und Illustrationsmaterial und in biografischen Foto-interviews einzusetzen, sondern Jugendliche und junge Erwachsene - im Sinne einer subjektorientierten Forschung - zu ermuntern, eigene Fotoaufnahmen zu bestimmten Themen zu machen.

Im Unterschied zur Fotografie ermöglicht die **videografische** Dokumentation und Gestaltung besonders das Darstellen von Bewegungs- und Handlungsabläufen in Bild und Ton, die Dokumentation komplexer non-verbaler Ausdrucksformen (Mimik, Gestik, Haptik, z. B. in Gruppensituationen), die symbolische Verarbeitung von Erfahrungen und den Ausdruck von Gefühlen und Stimmungen im Zusammenspiel von Bildern, Musik und Sprache. In selbsterstellten Videofilmen haben Kinder und Jugendliche die Chance, eigene Bilder des Welterlebens über körper- und gegenstandsbezogene sowie über mehr abstrahierende Symbolisierungen auszudrücken. Gerade jene Kinder und Jugendliche, die Probleme mit sprachgebundenen Forschungsmethoden haben, bietet das Medium Video die Möglichkeit, sich mehr auf einer präsentativ-symbolischen Ebene auszudrücken. Besonders emotional besetzte und tabuisierte Themen, Lebensgefühle und Stimmungen können mit eigenem und fremdem Bild- und Tonmaterial dargestellt werden.

Bei der Entwicklung von Forschungsdesigns ist u.a. zu beachten, welche Rolle medienpädagogische Begleiter/innen beim Erstellen von Eigenproduktionen haben. Grundsätzlich kön-

nen folgende Formen einer medienethnografischen und praxisbezogenen Forschung unterschieden werden, die auf dem Erstellen von Eigenproduktionen mit Medien basieren:

- a) Die Eigenproduktionen werden von Kindern und Jugendlichen **ohne Unterstützung** durch Medienpädagog/innen oder andere Berater/innen erstellt. Forscher/innen analysieren und interpretieren die Filme. Hier gibt es in der Forschungsarbeit wiederum unterschiedliche Formen:
  - Forscher/innen haben die Möglichkeit, beim Entstehen und beim kommunikativen Austausch der Produktionen dabei zu sein und können Kontexte dokumentieren;
  - Forscher/innen haben nur einen Zugang zu den erstellten Produkten und rekonstruieren einzelne Kontextdaten nachträglich.
- b) Eigenproduktionen werden von Kindern und Jugendlichen **mit Unterstützung** von Medienpädagog/innen oder anderen Berater/innen erstellt. In diesem Fall ist es besonders wichtig, dass seitens der Forschung die Entstehungsbedingungen, insbesondere die Interaktionen zwischen Kindern und Jugendlichen einerseits sowie Berater/innen andererseits, dokumentiert und reflektiert werden.
- c) Forscher/innen erstellen **zusammen** mit Kindern, Jugendlichen und Filmemacher/innen Medienproduktionen in einem *dialogischen* Verfahren. Kinder und Jugendliche sind in Teilbereichen, z. B. bei den Aufnahmen, aktiv beteiligt und artikulieren ihre Vorstellungen zur Auswahl und zur Montage der Aufnahmen. Dieser Ansatz kann an Traditionen aus der visuellen Anthropologie und Soziologie anknüpfen.

In der Forschungspraxis gibt es Mischformen, die in unterschiedlicher Intensität z. B. ethnografisch-explorative mit medienpädagogischen Intentionen verbinden. Nach meinem Verständnis gehören **Forschungsprojekte des Typs a)** zum Kernbereich *medienethnografischer*, subjektorientierter Forschung: Der Focus liegt auf der Dokumentation, Analyse und Interpretation von Aneignungsprozessen, ästhetischen Ausdrucksformen, Symbolisierungen, kommunikativen Prozessen, die bei Kindern und Jugendlichen beim eigenaktiven Umgang mit handhabbaren Medien beobachtet werden können. Hierfür sind explorative Forschungsmethoden geeignet, die sich in der Feldforschung bewährt haben: Teilnehmende Beobachtung, Videofilm- und Dokumentenanalysen und eventuell zusätzliche Leitfaden-Interviews. Offenheit und Flexibilität im Methodeneinsatz sind besonders wichtig, um die Eigendynamiken beim Produktionsprozess nicht zu stören. Bei Forschungsarbeiten, die sich im

Wer in der heutigen Mediengesellschaft etwas über die Vorstellungen, die Lebensgefühle, das Welterleben von Jugendlichen erfahren möchte, der sollte ihnen die Chance geben, sich - ergänzend zu schrift- und wortsprachlichen Formen - auch mittels eigenen, selbst erstellten Medienproduktionen auszudrücken, die präsentativ-symbolische Formen integrieren (Bilder, Musik, Körpersprache).

Wesentlichen auf die erstellten Produkte beziehen, besteht das Problem mangelnder Kontextdaten über den Entstehungsprozess. Dennoch können auch solche Eigenproduktionen Einblicke in das Welterleben von Kindern und Jugendlichen geben, wenn es gelingt, die eigenen Analysen und Interpretationen in einem Prozess der kommunikativen Validierung zu überprüfen. Hierzu gehört nicht nur das Einbeziehen und die Reflexion weiterer "Lesarten" durch andere Forscher/innen, sondern auch die Rückvermittlung der eigenen Beobachtungen und Analysen an die Produzent/innen.

**Forschungsprojekte des Typs b)** können ethnografische Elemente enthalten, sind jedoch im Kern Projekte *medienpädagogischer* Forschung. Es geht um Formen der ästhetischen, inhaltlichen, technischen und gruppenpädagogischen Einflussnahme, die auch bei zurückhaltenden, non-direktiven Beratungsformen erfolgt. Im Unterschied zu medienpädagogischen Evaluationsprojekten, bei denen konkrete medienpädagogische Konzepte, Ziele und Arbeitsformen systematisch überprüft werden, möchte der Ansatz "medienpädagogische Forschung" im Rahmen bestimmter medienpädagogischer Arrangements einen Zugang zu Lebens- und Medienwelten von Kindern und Jugendlichen erhalten. Bei diesem Forschungstyp, den ich in eigenen Studien bislang präferierte (Niesyto 1991, 1999), ist die systematische Erhebung und Reflexion von Kontextinformationen während des Produktionsprozesses unerlässlich, um die Interaktionen zwischen Kindern, Jugendlichen und Pädagog/innen (und selbstverständlich auch Forscher/innen) so genau wie möglich zu dokumentieren. Das Agieren von Pädagog/innen im Kontext medienpädagogischer Forschung bedarf sorgfältiger Vorbereitung und Begleitung, um kind- und jugendzentrierte Produktionen durch einfühlsame Beratungsformen zu gewährleisten.

#### **Weiterführende Literaturhinweise**

Niesyto, Horst (Hrsg.): *Selbstaussdruck mit Medien. Eigenproduktionen als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung*. München: KoPäd, 2001 (im Druck).

Niesyto, Horst: *Qualitative Jugendforschung und symbolischer Selbstaussdruck*. In: Belgrad, Jürgen / Niesyto, Horst (Hrsg.): *Symbol. Verstehen und Produktion in pädagogischen Kontexten*. Hohengehren: Schneider, 2001, S. 55-73.

Niesyto, Horst: *Video als Ausdrucksmedium. Zur medienethnografischen Exploration jugendkultureller Symbolmilieus*. In: Fromme, Johannes u.a. (Hrsg.): *Selbstsozialisation, Kinderkultur und Mediennutzung*. Opladen: Leske + Budrich, 1999, S. 327-344.

Niesyto, Horst: *Erfahrungsproduktion mit Medien. Selbstbilder, Darstellungsformen, Gruppenprozesse*. Weinheim und München: Juventa, 1991.

Theunert, Helga / Schorb, Bernd: *Videoproduktionen mit Jugendlichen als qualitative Forschungsmethode*. In: Baacke, Dieter / Kübler, Hans-Dieter (Hrsg.): *Qualitative Medienforschung*, Tübingen: Niemeyer, 1989, S. 279-304.

Das „**Interdisziplinäre Zentrum für Medienpädagogik und Medienforschung**“ (IZMM) an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg veranstaltete im Oktober 2000 eine bundesweite Fachtagung mit dem Thema „Eigenproduktionen mit Medien als Gegenstand der Kindheits- und Jugendforschung“. Beiträge dieser Tagung und weitere Artikel erscheinen demnächst in einer Publikation im KoPäd-Verlag, München (vgl. Niesyto 2001 sowie ein Beitrag im Internet: <[www.medienpaed.com/01-1/niesyto1.pdf](http://www.medienpaed.com/01-1/niesyto1.pdf)>).

## **Audiovisuelle Fragebögen: Der MultiMedia-Computer als Erhebungsinstrument in der Musik- und Medienforschung**

RENATE MÜLLER

Ich stelle hier ein Forschungsinstrument im Kontext meiner eigenen Forschungen vor, daher gehe ich

1. auf den Forschungskontext ein.;
2. werde ich eingehen auf die Bedeutung audiovisueller Fragebögen und präsentativer Methoden der Sozialforschung.
3. werde ich anhand einiger Beispiele aus meinem VideoCultureFragebogen das Fragebogen-Autorensystem FrAuMuMe darstellen;
4. Gehe ich ein auf damit verbundene neue Formen der Präsentation von Ergebnissen: Präsentative Methoden und die Präsentation von Ergebnissen.

Folie 1:

### **Audiovisuelle Fragebögen: Der MultiMedia-Computer als Erhebungsinstrument in der Musik- und Medienforschung**

1. Der Forschungskontext: VideoCulture
2. Zur Bedeutung audiovisueller Fragebögen und präsentativer Methoden in der Sozialforschung
3. Das Fragebogen-Autorensystem FrAuMuMe an Beispielen aus dem Videofragebogen
4. Ergebnispräsentationsmöglichkeiten

#### **Der Forschungskontext**

Es wird ein Forschungsinstrument vorgestellt, eng verknüpft mit einem aktuellen Forschungsprojekt. Dennoch geht es hier um das Forschungsinstrument und weniger um die Darstellung inhaltlicher Fragen und der ersten Forschungsergebnisse aus dem Projekt *VideoCulture auf dem MultiMedia-Computer: Audiovisuelle Kommunikation Jugendlicher*.

Im Projekt *VideoCulture* produzieren Jugendliche in verschiedenen Ländern (Deutschland, England, Ungarn, Tschechien und USA) Videos ohne Sprachanteile, die auf der Grundlage der Theorie einer interkulturell verständlichen audiovisuellen Symbolsprache Jugendlicher analysiert werden. Das Teilprojekt *VideoCulture auf dem MultiMedia-Computer* verfolgt u. a. die folgenden Zielsetzungen mit dem MultiMedia-Computer als Erhebungsinstrument.

1. Die Anziehungskraft audiovisueller Symbole wird im Hinblick darauf untersucht, ob die Befragten in ihrer Attraktivitätszuschreibung an audiovisuelle Symbole übereinstimmen.
2. Verschiedene Typen der Videorezeption mit jeweils unterschiedlichen inhaltlichen Präferenzen werden herausgearbeitet.
3. Das Forschungsinstrumentarium wird im Hinblick darauf exploriert, ob es geeignet ist, Übereinstimmungen und Unterschiede in der Beurteilung und im Erleben audiovisueller Symbole von Jugendlichen in den Blick zu nehmen.

Die Fragestellungen dieser Studie ergeben sich u. a. aus den Konzepten zur musikalischen Selbstsozialisation und selbstsozialisierten audiovisuellen Kompetenz. Diese sind eng verknüpft mit der Vorstellung, dass mit der kulturellen Differenzierung durch Medien die Entwicklung neuer Formen der Weltaneignung einhergeht, die weniger durch Regeln sprachlicher Diskursivität als durch Analogik, präsentative Symbolik bestimmt sind. Daraus ergibt sich die Anforderung an die Erforschung des Umgangs mit Musik und Medien, sich auf vorhandene präsentative Forschungsmethoden zu besinnen und weitere Formen präsentativer Forschung zu entwickeln.

#### **Präsentative Methoden der Sozialforschung: Audiovisuelle Fragebögen**

Methoden der empirischen Sozialforschung; Befragung ist die am häufigsten eingesetzte Methode.

Folie 2:

#### **Methoden der empirischen Sozialforschung**

- 1 Die Befragung
  - Mündliche Befragung: das Interview
    - Persönliche Befragung
    - Computer Assisted Interview CAI
    - Telefonbefragung CATI
  - Schriftliche Befragung: der Fragebogen
    - Papier und Bleistift-Befragung PAPI
    - Postalische Befragung
    - Computer Assisted Selfadministered Interview CASI
    - Internet-Befragung
- 2 Das Experiment
- 3 Die Beobachtung

„Unter Interview als Forschungsinstrument sei hier verstanden ein planmäßiges Vorgehen mit wissenschaftlicher Zielsetzung, bei dem die Versuchsperson durch eine Reihe gezielter Fragen oder mitgeteilter Stimuli zu verbalen Informationen veranlasst werden soll.“

Erwin K. Scheuch 1973

Für Untersuchungen zur audiovisuellen Sozialisation und zur Wirkung audiovisueller Symbole sind Forschungsmethoden geeignet, die möglichst nah an die ästhetischen Entscheidungen und das audiovisuelle Material herankommen. Mit präsentativen Forschungsmethoden werden Musikstücke, Bilder und Videoclips vorgeführt, um Musik-, Kunst- und Filmleben zu untersuchen. Präsentative Methoden beschränken sich nicht auf verbale Impulse zur Untersuchung audiovisueller Präferenzen. Darüber hinaus sollen sie die Befragten nicht darauf ein, verbale Informationen geben zu müssen.



In Verbindung mit der Präsentation von Musik, Bild und Film eignen sich besonders *Semantische Differentiale* dazu, audiovisuelles Erleben unmittelbar am audiovisuellen Objekt und weitgehend unabhängig vom Verbalisierungsvermögen der Befragten zu untersuchen. Mit semantischen Differentialen (Polaritätsprofilen, Eindrucksprofilen) können Befragte auf einer Skala zwischen Gegensatzpaaren (Polaritäten) ihre Eindrücke von einem ästhetischen Objekt, z. B. einem Bild, einem Musikstück, einem Video, einordnen – ohne ihre Wahrnehmungen, Gefühle, Assoziationen selbst zu verbalisieren. Die Methode wird u. a. in der Kunst- und Musikrezeptionsforschung und in der Imageforschung angewendet, um Anmungen der Befragten Objekten gegenüber zu erheben und zu vergleichen.

Im vorliegenden VideoCulture-Fragebogen werden nach der jeweiligen Präsentation eines der fünf Videos zu Beginn des Fragebogens **Anmungen** der Videos und ihre **erlebte Attraktivität** anhand des **Semantischen Differentials** aus acht Eigenschaftspaaren über jeweils siebenstufige Skalen erhoben:

verständlich – unverständlich,  
 interessant – langweilig,  
 wichtig – unwichtig,  
 vertraut – ungewohnt,  
 schön – hässlich,  
 fröhlich – traurig,  
 toll – schlecht,  
 anziehend – abstoßend.

Die Videopräsentation erfolgt in zufälliger Reihenfolge, um den MedienReiheneffekt zu kon-

trollieren. Jedem Befragten werden die acht Eigenschaftspaare ebenfalls in zufälliger Reihenfolge präsentiert, um den FrageReiheneffekt zu kontrollieren; die Reihenfolge wird aber für jedes Individuum über alle fünf Videos hinweg beibehalten.



Auch durch die Untersuchung kontinuierlicher Antworteingaben (*Continuous Response Measurement, CRM*) während der Musik- oder Videorezeption werden Möglichkeiten geschaffen, audiovisuelles Erleben zu quantifizieren.

Wenn es den Befragten möglich gemacht wird, ihre Eindrücke von einem Musikvideo oder einem Werbespot ablaufsimultan während der Präsentation des Clips kontinuierlich rückzumelden, sprechen wir von der Methode des Continuous Response, die insbesondere in der Kommunikations- und in der Musikforschung eine Rolle spielt.

Dabei können die Reaktionen der Befragten auf den Clip oder Spot unter verschiedenen Gesichtspunkten eingegeben werden, sei es unter dem Aspekt ihres Gefallens an dem Video, der durch das Video erzeugten Spannung, der dramaturgischen Bedeutsamkeit des jeweiligen Augenblicks für das gesamte Video oder, wie in der vorliegenden Untersuchung, unter dem Gesichtspunkt des Fasziniert- oder Abgestoßenseins durch ein Video. Die Befragten konnten sich das Video selbst zum nochmaligen Ansehen aussuchen. Im aktuellen Fragebogen entscheiden sie sich kontinuierlich auf einer fünfstufigen Skala zwischen den Gegensätzen „anziehend – abstoßend“. Die kontinuierliche Aufzeichnung der Antworten ermöglicht es, über punktuelle Gesamtäußerungen hinaus Veränderungen der Beurteilung des Videos über seinen Verlauf hinweg in den Blick zu nehmen.

### **VideoCulture auf dem MultiMedia-Computer und das Fragebogen-Autorensystem FrAuMuMe**

Der MultiMedia-Computer als Erhebungsinstrument präsentiert audiovisuelle Fragebögen und initiiert und untersucht ästhetische Entscheidungsprozesse der Befragten.



Ein audiovisueller Fragebogen wurde entwickelt, mit dem Jugendliche am Computer u. a. darüber befragt werden, wie sie die Videos anderer Jugendlicher entlang verschiedener Erlebnisdimensionen beurteilen. Der Fragebogen ist so aufgebaut, dass Videos und Musikstücke nach verschiedenen Dimensionen beurteilt und erlebt werden können. Erhoben werden ästhetische und Präferenzurteile, Wahrnehmungsurteile, reale Entscheidungen für Videos, Bilder und Musikstücke, Anmutungen und Bedeutungszuschreibungen – jeweils eng verknüpft mit der unmittelbaren Präsentation von Musik, Bildern und Videos. Hier werden z.B. „klassische“ **Präferenzurteile** anhand eines MusikRanking erhoben, wobei jeweils über fünf Objekte entschieden wird, welches am besten und am zweitbesten gefällt und so fort.

Bei dem Fragebogen-Autorensystem MultiMedia *FrAuMuMe* handelt es sich um ein umfassendes Befragungssystem:



1. Es enthält bewährte verbale und präsentive Fragetypen, z. B. MultipleChoice-Fragen.
2. Klingende, visuelle und audiovisuelle Fragefeatures werden integriert.
3. Mit *FrAuMuMe* kann eine nahezu unbegrenzte Anzahl verschiedener Fragebögen auf dem MultiMedia-Computer erzeugt werden. Insbesondere Studierende benutzen

es für ihre Examens- und Diplom-Arbeiten, sei es zum Thema Identitätskonstruktion durch die Rezeption der Dr. Sommer-Seite in der BRAVO oder durch parasoziale Interaktion mit den DailySoaps oder zur Frage der kulturellen Aktivitäten von Teenie-Fans. (vgl. „Studentische Forschungsvorhaben mit dem Forschungsinstrument *FrAuMuMe*“)

Es handelt sich hier um ein vollständiges Befragungssystem, das den Computereinsatz nicht auf die Präsentation von audiovisuellem Material beschränkt, wie es in der Musikforschung üblich ist. Dadurch wird es möglich, so verschiedene Daten zu erfassen und zueinander in Beziehung zu setzen wie Weisen audiovisuellen Erlebens auf der einen Seite und demographische Daten, Daten zur Medienerfahrung, zum Freizeitverhalten, zur jugendmusikkulturellen Orientierung und zu fankulturellen Aktivitäten und Einstellungen auf der anderen Seite.

Erst durch Multimedia wird die Integration von Text, Sound, Bild, Video und interaktivem Vorgehen möglich:

- Text beinhaltet z. B. Fragen und Informationen bzw. Instruktionen.
- Sound meint vor allem „richtige“ Musikbeispiele, die während der Befragung über Kopfhörer gehört werden. In der vorliegenden Untersuchung wurden die „Soundtracks“ der jugendlichen Videoproduktionen auch als zu beurteilende Musikstücke verwendet, sei es zur Erhebung von Musikpräferenzen wie hier oder als



MusikQuiz wie hier, wo die Befragten die Soundtracks den Videos zuordnen sollen und Musik und Bild wiedererkennend verknüpfen.

- Bild beinhaltet Grafik bis hin zu Fotos und Animation, im VideoCulture-Fragebogen insbesondere die aus den Videos gegrabten Bilder.
- Video bezieht sich auf Ton bzw. Musik und Film (Videoclips und Werbespots). In den VideoCulture-Fragebogen wurden fünf jugendliche Videoproduktionen, aus Budapest, Karlsbad, London, Los Angeles und Prag, einbezogen.



Interaktiv reagiert der Computer z. B. dort auf die Befragten, wo sie entscheiden können, ob während der Beantwortung von Wortfragen zum Freizeitverhalten die Filmmusiken aus den Videos gespielt werden sollen oder nicht.

Als "offenbarte Präferenz" wird hier die Zuneigung zu den Filmmusiken erhoben, indem die Option gegeben wird, sich zweimal einen der Soundtracks noch einmal anzuhören (Mood Managing).

Interaktiv reagiert der Computer auch auf Antworten von Filterfragen und Bereichsfragen, wo je nach Antwort zu verschiedenen Fragen gesprungen wird. Z. B. können sich die Befragten im vorliegenden Fragebogen für ein Video entscheiden, das sie noch einmal sehen können und zu dem ihnen Fragen gestellt werden.



Im Fragebogen-Autorensystem FrAuMuMe werden die vollständige Präsentation der Fragen, der musikalischen Ereignisse, der Bilder und Videos sowie die Datenerfassung und die Vorbereitung der Datenauswertung vom Computer gesteuert und ausgeführt, von

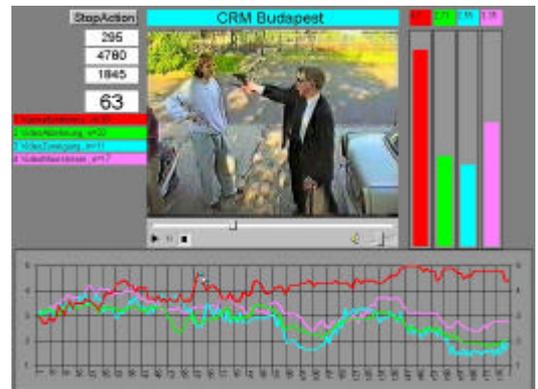
- der Randomisierung, der zufälligen Anordnung von Fragen, Musikstücken, Videos und Bildern,
- der Messung von Antwortzeiten,
- der Instruktion incl. der Aufgabe zum Üben für die Befragten, die selbständig und allein ihre Antworten in den Computer eingeben,

- der Präsentation von Informationen, Fragen, experimentellen Designs, audiovisuellem Material,
- der Antworteingabe,
- der Datenaufzeichnung bis hin
- zur Vorbereitung der Datenauswertung durch Erstellung einer SPSS-Datelist incl. Variable-Lables und Value-Lables.

Wenn wir eine Woche lang mit vier Computern in einer Schule waren, haben wir Freitag Abend 130 Datensätze mit 700 Variablen als SPSS-Datensatz.

Der MultiMedia-Fragebogen erleichtert es, präsentative Befragungsmethoden in der empirischen Sozialforschung einzusetzen, weil die Handhabung des visuellen, musikalischen und audiovisuellen Materials sehr vereinfacht wird. Darüber hinaus wird der sprachliche Anteil des Fragebogens durch die großen visuellen und auditiven Anteile gering gehalten und es werden geringe Anforderungen an das Sprachvermögen der Befragten bei ihrer Antworteingabe gestellt. So versucht das Forschungsinstrument der eingangs skizzierten Verschiebung von Wahrnehmungs- und Deutungssystemen weg von der diskursiven hin zur präsentativen Logik gerecht zu werden. Die Befragten können ihre Eindrücke von audiovisuellen Medien wiedergeben, ohne dass diese verbal repräsentiert werden, sondern indem vor allem audiovisuell auf sie verwiesen wird.

### **Präsentative Methoden und Präsentation ihrer Ergebnisse**



Zur Auswertung und Darstellung der Ergebnisse des CRM wird das Präsentationsprogramm JustForPlay verwendet.

### **Zum Schluss**

Eine erste Teilstudie mit 134 befragten Achtklässlern ergab, dass der benutzte audiovisuelle Fragebogen insbesondere durch die Verwendung von CRM neue Einblicke in die Video-beurteilung durch Gruppierungen Jugendlicher ermöglicht. Dabei konnte zum einen gezeigt werden, dass es übereinstimmende jugendliche Reaktionen auf die in den jugendlichen Video-

produktionen verwendeten audiovisuellen Symbole gibt. Dies kann gedeutet werden als eine Bestätigung der Vermutung, dass Jugendliche sich einer interkulturell verständlichen audiovisuellen Symbolsprache bedienen. Zum anderen konnten durch Clusteranalysen Typen der Videorezeption voneinander unterschieden werden, die audiovisuelle Symbole verschieden beurteilen und die sich u.a. im Hinblick darauf voneinander differenzieren lassen, wie stark sie sich von Video-Gewalt und subkultureller Symbolik angezogen oder abgestoßen fühlen.

## **Studentische Forschungsvorhaben mit dem Forschungsinstrument *FrAuMuMe***

Kreutle, Andreas, 1997: **Fernsehen und Identität.** Eine empirische Untersuchung zur Mediennutzung Jugendlicher und ihre pädagogischen Konsequenzen. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Glogner, Patrick, 1998: **Der Beitrag der Dr.-Sommer-Beratung zur Identitätsbildung Jugendlicher.** Eine empirische Untersuchung zur Rezeption der Jugendzeitschrift BRAVO und ihre pädagogischen Konsequenzen. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Eber, Erich, 1998: **Zum Einfluß der Lehrer-Schüler-Beziehung auf die Rezeptionsbarrieren Jugendlicher.** Eine empirische Untersuchung zur musikalischen Sozialisation im Musikunterricht. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Realschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Ebert, Sabine, 1998: **Fernsehserien als Anlaß zur Selbstreflexion?** Eine empirische Untersuchung zur Rezeption von Fernsehserien durch Jugendliche und ihre pädagogischen Konsequenzen. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Dongus, Nadine, 1999: **Selbstsozialisation durch den Computer?** Eine empirische Untersuchung zur Computernutzung von Kindern und Jugendlichen und ihre pädagogischen Konsequenzen. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Annette Würth, 1999: **Wie erfahren Lehrerinnen und Lehrer von Forschungsergebnissen?** Diplom-Arbeit/Schulpädagogik. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Stefanie Rhein, 1999: **Jugendliche Musikfans und die fanspezifische Nutzung populärmusikalischer Angebote.** Eine empirische Untersuchung mit dem MultiMediaComputer. Magisterarbeit Kulturmanagement. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Heim, Jens, 2000: **Zur audiovisuellen Kompetenz von Viertklässlern, Achtklässlern und Studierenden.** Eine empirische Untersuchung mit dem MultiMedia-Computer. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Grund- und Hauptschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Weißburger, Christian, 2001: **Zur Wirkung von Musik in der Werbung**. Eine experimentelle Untersuchung mit dem MultiMedia-Computer zum Verhältnis von Auge und Ohr bei SchülerInnen der Jahrgangsstufen 8-10. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Ersten Staatsprüfung für das Lehramt an Realschulen. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

Heim, Jens, 2002: **Audiovisuelle Kompetenz in der Grundschule**. Eine empirische Untersuchung über eine computerunterstützte medienpädagogische Unterrichtseinheit zum Umgang von Viertklässlern mit bewegten Bildern und Musik. Wissenschaftliche Hausarbeit zur Magisterprüfung für den Magisterstudiengang mit Schwerpunkt Fachdidaktik. Pädagogische Hochschule Ludwigsburg.

### **Veröffentlichungen studentischer Forschungsvorhaben mit dem Forschungsinstrument *FrAuMuMe***

Glogner, Patrick: Selbstsozialisation und Identitätskonstruktion mit der Dr.-Sommer-Seite. Eine Befragung mit dem MultiMedia-Computer zur Rezeption der Jugendzeitschrift BRAVO. In: deutsche jugend. Heft 7/8, 2000, 318-326.

Kreutle, Andreas: Jugendliche Identitätsbildung durch Fernsehen. In: tv diskurs. Heft 7, 1999, 42-52.

Müller, Renate & Nadine Dongus, Sabine Ebert, Patrick Glogner, Andreas Kreutle: Identitätskonstruktion mit Medien und Musik. Ein empirisches Forschungsprogramm mit MultiMedia-Fragebögen. In: medien praktisch 1999, 22. Jg., Heft 1, 26-30.

Müller, Renate, Patrick Glogner, Jens Heim, Stefanie Rhein & Christian Weißburger. „Studierende forschen mit dem MultiMedia-Computer. Ein Lehr- und Forschungskonzept.“ Januar 2001. <http://www.ph-karlsruhe.de/HDT/hdt-berichte.htm>.

Rhein, Stefanie: Teenie-Fans: Stiefkinder der Populärmusikforschung. Eine Befragung Jugendlicher mit dem MultiMediaComputer über ihre Nutzung fankultureller Angebote. In: Werner Heinrichs & Armin Klein (Hrsg.): Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 1999, Band 3, Baden-Baden 2000, S. 165-194.