

Hans Dieter Erlinger (Hrsg.): **Kinderfernsehen II.**- Essen: Verlag Die Blaue Eule 1989 (Siegener Studien Bd. 45), 178 S., DM 34,-

Der an der Universität-Gesamthochschule Siegen angesiedelte DFG-Sonderforschungsbereich 240 *Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien*. Schwerpunkt: *Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland* zeitigt weitere (Zwischen-)Ergebnisse. Erlinger stellt sein eigenes (Teil-)Projekt *Geschichte des Kinderfernsehens* vor (vgl. S. 157-176) und schließt damit an die Veröffentlichung *Kinderfernsehen I* von Dirk Ulf Stötzel (Siegener Studien Bd. 43, 1988). Untersucht werden die als Programme für Kinder ausgewiesenen Sendungen und deren redaktionelle Konzepte - Produktanalysen mithin. Die Projektarbeit wird an zwei Beispielen verdeutlicht, der *Sendung mit der Maus* des WDR sowie den ZDF-Produktionen der Redaktion *Kleine Reihen* (*Rappelkiste* u.a.). In der Kombination quantitativer und qualitativer inhaltsanalytischer Verfahren wird hier ein Ansatz verfolgt, den Erlinger - zusammen mit Jochens - in *Kinder und Fernsehen. Was sagen Redakteure über ihre Arbeit* (Tübingen 1982) bereits vorformuliert hatte.

Dieser Tradition folgt auch der erste Beitrag, in dem der ZDF-'Kinderfernsehen-Macher' Elmar M. Lorey über seine Arbeit berichtet: "Warum wir so erzählen" (S. 9-34). Die anderen fünf Beiträge verlassen hingegen den Rahmen, den Erlinger selbst

für sein Projekt Kinderfernsehen als "Produktgeschichte" gesetzt hat - in bewußter Abgrenzung von "rezeptionsorientierten Ansätzen". Genau solche werden nämlich referiert: Ben Bachmair stellt seine Variante einer "interpretativen Medien- und Kommunikationsforschung" vor (S. 35-54), Klaus Neumann interpretiert den von ihm mitformulierten Ansatz einer "strukturanalytischen Rezeptionsforschung" (S. 55-93) und Jan Uwe Rogge erläutert den "verstehend-interpretativen Ansatz" exemplarisch anhand weiterer von ihm durchgeführter, medienbiographischer Fallstudien (S. 95-123). Auch die Aufsätze von Heinz Hengst (*Secondary Orality in der Kinderkultur*, S. 125-141) und Gerhard Tulodziecki (*Mediennutzung von Kindern als Bedürfnisbezogene Handlung*, S. 143-155) beschäftigen sich mit Kindern als Rezipienten. Zwar werden von allen Autoren keine genuin neuen Erkenntnisse zur kindlichen Medienrezeption geboten, auch sind die vorgestellten Ansätze aus anderen Publikationen längstens bekannt, aber sie werden hier meines Wissens zum ersten Mal gebündelt präsentiert. Das ist zumindest ein Verdienst der Herausgeberschaft Erlingers. Schuldig bleibt er indes Argumente, was denn diese Textsammlung letztlich mit dem von ihm verfolgten Forschungsprojekt, aus dem sie hervorgegangen ist, zu tun hat. Den "vielfältig verschlungenen Prozessen der Medienrezeption nachzugehen", wie es im Vorwort des Readers heißt, ist ein wichtiges Feld der Massenkommunikationsforschung, mediale Produktanalysen zu betreiben, noch dazu in historischer Absicht, jedoch ein anderes. Möglicherweise deutet sich hier aber ein Paradigmenwechsel in den Arbeiten Erlingers an, dergestalt etwa, daß die Erkenntnis Raum gegriffen hat, Inhaltsanalysen allein seien ohne die Reflexion möglicher oder auch explizit intendierter Wirkungsaspekte der untersuchten Kommunikate nur von eingeschränkter Aussagekraft. Die Forschungen Herta Sturms, beispielsweise, hätten allerdings bereits in diese Richtung Denkanstöße vermitteln können.

Ein Ärgernis, aus der Sicht des Rezensenten, soll abschließend nicht unerwähnt bleiben: Das Buch enthält eine ganze Reihe von Druckfehlern, nicht nur angesichts des relativ hohen Preises für das Buch ein Unding. Das schlampige Lektorat ist jedoch nicht den Autoren anzulasten, hier ist der Verlag gefordert.

Detlef Pieper