

## Das Repertory Grid

Exploration persönlicher Konstrukte von  
Kindern über das ZDF-Kindermagazin PuR

Alexandra Bonchor  
Paul Klimsa

Nr. 28

Januar 2007

Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau  
Redaktion: Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft,  
Prof. Dr. Paul Klimsa  
ISSN 1617-9048  
Kontakt: Paul Klimsa, Tel.: +49 3677 69 47 31  
E-Mail: [paul.klimsa@tu-ilmenau.de](mailto:paul.klimsa@tu-ilmenau.de)



# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
<b>1 Einführung</b>	<b>1</b>
<b>2 Theoretische Einordnung</b>	<b>2</b>
2.1 Der Nutzenansatz	3
2.2 <i>Exkurs: Subjektive Theorien</i>	4
<b>3 Methodische Vorgehensweise</b>	<b>5</b>
3.1 Die Repertory Grid Methode	5
3.2 Variationen von Grid-Erhebungen	6
3.3 Begründung der Wahl der Repertory Grid Methode	7
<b>4 Datenerhebung</b>	<b>8</b>
4.1 Grundgesamtheit und Stichprobe	8
4.2 Pretestphase	8
4.3 Ablauf der Interviews	8
4.3.1 Aufwärmphase	9
4.3.2 Videosichtung der Beispielsendung PuR	9
4.3.3 Erhebung der Elemente	9
4.3.4 Gewinnung der Konstrukte	10
4.3.5 Bewertung	11
<b>5 Ergebnisauswertung</b>	<b>13</b>
5.1 Untersuchungsteilnehmer	13
5.2 Auswertung der Elementerhebung	14
5.3 Dimension Moderatoren-Team	14
5.3.1 Stärken und Schwächen des Moderatoren-Teams	14
5.4 Dimension Inhalt	17
5.4.1 Stärken und Schwächen	17
5.5 Dimension Flugmobil	20
5.5.1 Stärken und Schwächen	20
5.6 Fazit	21
<b>6 Literatur</b>	<b>23</b>



# 1 Einführung

Medien gehören heute einerseits zu den grundlegenden sozialen Erfahrungen der Kinder, andererseits tragen Sie zur Bildung sozialer Erfahrungen bei. Neben Bilderbüchern, Hörspielkassetten sowie Lernsoftware und digitalen Spielen ist das Fernsehen für Kinder ein wichtiges, interessantes und gern genutztes Medium. Studien belegen, dass heute jedes zweite Kind mindestens jeden zweiten Tag fernsieht und fast die Hälfte der Kinder gar einen eigenen Fernseher besitzt.<sup>1</sup> Insbesondere das Fernsehen steht bei Kindern weit oben in der Rangliste der häufigsten und liebsten Freizeitbeschäftigungen.<sup>2</sup>

Dieser großen Bedeutung des Fernsehens für Kinder sind sich die Medienschaffenden durchaus bewusst. Das junge Publikum zu verlieren, kann sich heute kein Medienproduzent mehr leisten. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten sind „sich längst darüber im Klaren, dass in eine Sackgasse steuert, wer Kinder als Mediennutzer vernachlässigt“<sup>3</sup>.

Der Wettbewerb zwischen den Anbietern um die Gunst des Publikums wird mit zunehmendem Angebot größer und weckt den Bedarf an verlässlichen Informationen über die Mediennutzung der Zuschauer.

So sind Gründe für das Nutzen und Nichtnutzen von Medien von äußerster Relevanz. Um Argumente für die Bedeutung des Fernsehens bei Kindern kennen zu lernen, ist es wichtig nachzuvollziehen, wie Kinder die Sendung sehen und verstehen, um daraus abzuleiten, was sie veranlasst, sich einer Fernsehsendung zuzuwenden. Insbesondere für die öffentlich-rechtlichen Sender mit ihrem spezifischen Programmauftrag, der vor allem auch einen Qualitätsanspruch enthält, ist es selbstverständlich, dass die Akzeptanz seiner Angebote im Sinne von Marktanteilen und Reichweiten als Kriterium für die Programmgestaltung nicht ausreichen kann. Erst eine solche Kenntnis vom Fernsehkonsum, das heißt, wie sich Kinder mit Fernsehinhalten auseinandersetzen und welche Bedürfnisse sie an das Fernsehprogramm haben, ermöglicht eine Beurteilung für die programmstrategische Planung oder auch für die Programmoptimierung auf redaktioneller Ebene.

GERT K. MÜNTEFERING, langjähriger Leiter des WDR-Kinderfernsehens, machte schon Anfang der siebziger Jahre das Dilemma des Kinderfernsehens mit seiner vielzitierten These „Kinderfernsehen ist, wenn Kinder fernsehen“ sichtbar: Dass Kinder bei weitem nicht nur die für sie konzipierten Sendungen rezipieren, sondern desgleichen einen nicht unerheblichen Teil an Erwachsenenprogrammen zu ihrer täglichen Fernsehunterhaltung zählen. Die-

---

<sup>1</sup> Vgl. Feierabend, Sabine; Rathgeb, Thomas (2005)

<sup>2</sup> Vgl. Feierabend, Sabine; Rathgeb, Thomas (2005)

<sup>3</sup> Vgl. Paus-Haase, Ingrid (1997), S. 27

ses Problem, heute nach wie vor aktuell, wurzelt häufig darin, dass Kinder sich nicht angesprochen fühlen von einem für sie zugeschnittenen Format. Hierzu soll die vorliegende Studie einen Beitrag leisten und ergründen, wie Kinder eine Sendung verstehen und wahrnehmen und was sie von einem guten Programm erwarten. Den Untersuchungsgegenstand bildete eine repräsentative Durchschnittssendung<sup>4</sup> aus der ZDF-Sendereihe PuR, einem Wissens- und Informationsmagazin für Kinder. Die Sendung bot sich an, weil der Moderator und Reporter Jo Hiller nach fünf Jahren im Herbst 2006 die Sendung verlassen und die Zeit bis zum Wechsel genutzt werden sollte, das Format der Sendung zu überarbeiten. Gerade weil quantitative Forschung in Form von Quoten keine Hinweise auf die Qualität oder Verbesserungsmöglichkeiten des Programms gibt, war es wichtig, mit Hilfe qualitativer Forschungsmethoden auch die Zuschaueransichten zu ermitteln. Deshalb soll die vorliegende Studie helfen, Meinungen der Kinder zu erfassen, um aus diesen Verbesserungsvorschläge anzubieten, die wiederum helfen sollen, die Sendung noch besser auf die junge Zielgruppe einzustellen.

Ein wichtiges Ziel dieser Studie war ein Methodenvorschlag für das Zweite Deutsche Fernsehen. Mit Hilfe der Repertory Grid Methode (nach Kelly 1955) sollte es möglich sein, Interpretationen der Kinder hinsichtlich der Fernsehinhalte zuverlässig zu erfassen. Die Methode von Kelly, die aus der Persönlichkeitspsychologie stammt, sollte in dieser Studie für die notwendige Rezeptionsforschung modifiziert und praktisch angewandt werden. Es handelt sich also um eine Methoden-Pilot-Studie, die herausfinden soll, inwieweit sich die qualitative Gridmethode tatsächlich für den Bereich der Nutzungsforschung eignet.

## 2 Theoretische Einordnung

Die Studie ordnet sich in den Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Rezeptionsforschung ein. Charlton zufolge geht es dabei um ein Phänomen der aktiven Interaktion zwischen dem Rezipient und dem Medieninhalt.<sup>5</sup> Die kommunikationswissenschaftliche Rezeptionsforschung arbeitet mit quantitativen und qualitativen sozialwissenschaftlichen Verfahren. Quantitative oder standardisierte Forschung gibt in erster Linie statistische Hinweise darauf, welche Personen in welcher Zusammensetzung wann, wie oft und wie lange bestimmte Programme im Fernsehen sehen. Unbekannt bleiben jedoch die Gründe für die Mediennutzung. Offen bleiben die Fragen nach dem wie, warum und in welchen sozialen Kon-

---

<sup>4</sup> Bei der Wahl wurden verschiedene Kriterien beachtet: eine Sendung aus dem Jahr 2006, Durchschnittsquote, Sendung mit allen typischen Sendungsinhalten, Durchschnittsthema – kein Special, Sendung, die maximal einmal ausgestrahlt wurde. Die Sendung „Glück“ wurde nach diesen Kriterien vom ZDF gewählt.

<sup>5</sup> Charlton, Michael (1997), S. 16

texten sich Rezipienten Medieninhalte aneignen oder nicht. Neben der Ermittlung des Einschalt- und Sehverhaltens sollen für diesen Beitrag vor allem interpretative, empirische Forschungsansätze von Interesse sein. Ziel ist es durch sie, Aspekte der Interaktion und Bedeutungszuschreibung zu erfassen und dadurch die subjektive Wirklichkeit des Rezipienten zu rekonstruieren. Erst wenn auch die subjektiven Konstrukte bekannt sind, ist mehr Verständnis für die gesamte Rezeptions- und Mediennutzungsforschung möglich.

## 2.1 Der Nutzenansatz

Aus dem Uses and Gratifications Ansatz hat sich in den 70er Jahren der Nutzenansatz in Deutschland entwickelt. Er basiert einerseits auf der dem Uses and Gratifications Ansatz zugrunde liegenden Perspektiven (der Lehre vom Nutzen durch Bedürfnisbefriedigung und die These vom aktiven Rezipienten) und andererseits auf einer handlungstheoretischen Perspektive, der Theorie der symbolischen Interaktion. Diese beinhaltet die Annahme, dass der Mensch den Gegenständen seiner (symbolischen) Umwelt erst aufgrund von Erfahrungen, die er mit ihnen gemacht hat, bestimmte Bedeutungen zuschreibt.<sup>6</sup> In der symbolischen Interaktion der Medien konstruiert der Empfänger die Bedeutung und Inhalte des Senders. Der Rezipient handelt aktiv und gibt den Dingen eine Bedeutung. Er verspricht sich vom Medienkonsum einen Nutzen im Sinne einer Bedürfnisbefriedigung.<sup>7</sup> Der Rezipient ist es schließlich auch, der entscheidet, wie er auf diese Botschaft hin reagiert und ob er sich beispielsweise weiterhin den Medien zuwendet.

Für eine allgemeine theoretische Fundierung der Themenstellung über *die subjektiven Bedeutungsassoziationen von Kindern* eignet sich der Nutzenansatz jedoch nur unvollkommen. Der Ansatz geht davon aus, dass der Rezipient Fernsehinhalte subjektiv interpretiert. Vergleicht man jedoch die Annahmen und deren methodische Umsetzung, zeigen sich erhebliche Mängel. Das subjektive Fernseherleben des Rezipienten wird nahezu vom Ansatz ausgeklammert. Studien, die auf diesem Ansatz beruhen, kommen über die vagen Motive wie Lernen, nicht allein fühlen, Gewohnheit, Entspannung, und emotionale Entlastung<sup>8</sup> nur selten hinaus und sind für generelle Zuwendungsgründe unzureichend: „Die Schlüsselemente (...), die zur Faszination beitragen, bleiben jedoch weiterhin ungeklärt“<sup>9</sup>.

Ziel der vorliegenden Studie war es, an die „Inhaltsvergessenheit“<sup>10</sup> anzuknüpfen und herauszufinden, welche Eigenschaften der Sendung PuR für die Auswahl und Nutzung seiner Re-

---

<sup>6</sup> Vgl. Burkart, Roland (1998), S. 221 f.

<sup>7</sup> Vgl. Maletzke, Gerhard (1998), S. 119

<sup>8</sup> Vgl. Fischer, Gabriele (2000), S. 67

<sup>9</sup> Vgl. Wolling, Jens (2004), S. 174

<sup>10</sup> Vgl. Vorderer, Peter (1992), S. 32

zipienten von Bedeutung sind. Für diesen Zweck war es sinnvoll, eine zusätzliche subjektive-interpretative Sichtweise hinzuzuziehen. Zu prüfen war daher, ob die Subjektiven Theorien hierfür brauchbar sind.

## 2.2 Exkurs: Subjektive Theorien

Die Subjektiven Theorien beruhen auf der zentralen Annahme, dass Wirklichkeit nur vermittelt zugänglich ist. Es gibt keinen direkten, voraussetzungslosen Zugang zur „objektiven“ Wirklichkeit.<sup>11</sup> Diese subjektive Sicht kann dabei sehr unterschiedlich ausfallen. GEORGE A. KELLY (1955) spricht auch vom „konstruktiven Alternativismus“. Die Realität kann also, je nach Situation oder Wirklichkeitsausschnitt, immer auch anders konstruiert und geordnet werden. Mit konstruieren meint Kelly:

*„mit einer Interpretation versehen‘; ein Mensch versieht das mit einer Interpretation, was konstruiert wird. Er errichtet eine Struktur, in deren Rahmen die Substanz (...) eine Bedeutung erhält“.*<sup>12</sup>

Ähnlich wie in den Handlungstheorien (z. B. Nutzenansatz) handeln Menschen auch in den Subjektiven Theorien nach bestimmten Situationen und Bedeutungen.<sup>13</sup> Handlungen lassen sich hier ebenso als „absichtsvolle und sinnhafte Verhaltensweisen“ beschreiben; sie werden „konstruktiv geplant“ und sind auf Ziele gerichtet.<sup>14</sup> Subjektive Theorien entstammen der psychologischen Forschung und sind hiernach komplexe „Kognitionen der Selbst- und Welt-sicht“ der untersuchten Personen über ein Phänomen. Sie sind weiterhin im „Dialog-Konsens aktualisierbar und rekonstruierbar“ und die Akzeptierbarkeit Subjektiver Theorien ist durch „objektive Erkenntnis“ zu überprüfen.<sup>15</sup>

Im Rahmen des Nutzenansatzes sollen die Subjektiven Theorien in dieser Studie helfen, interpretative Zuwendungsgründe zu ermitteln. Der Bereich der Subjektiven Theorien zählt zu den am weitesten entwickelten Gebieten in der qualitativen psychologischen Forschung.<sup>16</sup> Aktuelle Messverfahren für die Subjektiven Theorien sind fast ausschließlich offen und qualitativ.<sup>17</sup> Es gibt hierfür eine Reihe unterschiedlicher Vorgehensweisen, um Interpretationen und Bedeutungen zu erfassen: *Methode der freien Beschreibung, Leitfaden Interviews, Grid-Ver-*

---

<sup>11</sup> Vgl. Fromm, Martin (1995), S. 11

<sup>12</sup> Vgl. Fransella, Fay; Bell, Richard; Bannister, Don (2004) nach Kelly (1955), S. 63

<sup>13</sup> Vgl. König, Eckard (2002), S. 55

<sup>14</sup> Vgl. Schlee, Jörg (1988), S. 12

<sup>15</sup> Vgl. Groeben, Norbert (1988), S. 22

<sup>16</sup> Vgl. König, Eckard (2002), S. 55

<sup>17</sup> Vgl. König, Eckard (2002), S. 57

fahren, Das Selbstkonfrontations-Interview (Methode des Lauten Denkens) und das Struktur-Layout-Verfahren. Von diesem Verfahren soll das Grid-Verfahren Verwendung finden.

### 3 Methodische Vorgehensweise

Das Erkenntnisinteresse der Studie liegt in der Wahrnehmung und Beurteilung der Sendung PuR durch seine Zuschauer: Wie sehen und verstehen kindliche Zuschauer das Format und welche Erwartungen haben sie bezüglich der Sendung und seiner Inhalte? Ausgangspunkt ist immer das einzelne Kind und dessen Meinung zur Sendung. Wichtig ist auch, welche Optimierungsvorschläge durch das Kind für die Sendung ermittelt werden können: Wo sehen die jungen Zuschauer Optimierungsbedarf? Anhand von Stärken und Schwächen des Formats sollen aus den Ergebnissen Hinweise für eine mögliche Gestaltung im Veränderungsprozess abgeleitet werden. Um die Gesamtsendung zu strukturieren, wurden drei Dimensionen bezüglich des Moderatoren-Teams, des Inhalts und des Flugmobils gebildet. Folgende Fragen ergaben sich:

*Welche relevante Bedeutungsassoziationen der Kinder gibt es hinsichtlich der Dimensionen:*

1. Moderatoren-Team,
2. Inhalt,
3. Flugmobil?

*Welche Stärken und Schwächen der Dimensionen kann man ausmachen und wo sehen junge Zuschauer Optimierungsbedarf?*

#### 3.1 Die Repertory Grid Methode

Entstanden sind die Theorie der Personal Construct Psychology und ihre bekannteste Methode, der „Role Construct Repertory Test“, aus der Kritik in den 40er und 50er Jahren damaliger psychologischer Methoden, die den Menschen häufig auf das Reiz-Reaktions-Schema reduzierten.<sup>18</sup> Der Begründer der Personal Construct Psychology GEORGE ALEXANDER KELLY (1905 - 1967) wollte mit der Repertory Grid Methode zeigen, dass und wie man die Vielschichtigkeit und den Einfallsreichtum von Menschen ernst nehmen kann und gleichzeitig theoretisch und methodisch „ordentliche“ Forschung betreibt.<sup>19</sup> Die Theorie wurde in Kellys Hauptwerk „Die Psychologie der persönlichen Konstrukte“ beschrieben, dass 1955 erstmals erschienen ist.

---

<sup>18</sup> Vgl. Fromm, Martin (2002), S. 195

<sup>19</sup> Vgl. Fromm, Martin (1995), S. 7

Wie in den Subjektiven Theorien bereits beschrieben wurde, entwickelt jedes Individuum eine Anzahl von Konstrukten, die seine persönliche Interpretation der Realität darstellen. Weil der Mensch sich aktiv und erkundend mit seiner Umwelt auseinandersetzt, um eine möglichst zutreffende Vorhersagbarkeit kommender Ereignisse zu machen, ist KELLY'S Vorschlag, jeden Menschen als Forscher anzusehen.<sup>20</sup> Damit ist gemeint, dass der Natur des Menschen eine Eigenschaft zugesprochen wird, die der eines Wissenschaftlers ähnelt: nämlich, sich die Vorhersage und Kontrolle bestimmter, interessierender Lebensbereiche zu ermöglichen. Das Ziel der Methode ist es, diese Konstrukte zu erfassen und so etwas über die Bedeutung und die subjektive Welt eines Menschen zu erfahren. Der Role Construct Repertory Test besteht aus drei Komponenten: Erhebung der Elemente, Gewinnung der Konstrukte, Einschätzung der Elemente hinsichtlich der Konstrukte. Alle Daten werden in ein Raster eingetragen. Ein Beispiel ist in Abbildung 1 zu sehen.

	E <sub>1</sub>	E <sub>2</sub>	E <sub>3</sub>	E <sub>4</sub>	E <sub>5</sub>	E <sub>n</sub>	
	Person 1	Person 2	Person 3	Person 4	Person 5	Person n	
✓ Konstruktpol 1	✓	x	x	x	x	✓	x Kontrastpol 1
Konstruktpol 2	x	✓	x	x	✓	✓	Konstrastpol 2
Konstruktpol 3	x	✓	✓	✓	x	x	Konstrastpol 3
Konstruktpol n	x	x	x	✓	✓	✓	Konstrastpol n

Abb. 1: Beispielhafter Protokollbogen einer dichotomen Matrix

### 3.2 Variationen von Grid-Erhebungen

Die Methode ist offen und variabel und daher sehr vielfältig in den Anwendungsmöglichkeiten. KELLY selbst forderte das Vorgehen in seinen Komponenten zu variieren und jedem Forschungszweck maßgeschneidert anzupassen. Seit den 50er Jahren hat die Repertory Grid Methode in vielen Bereichen der Wissenschaft eine fruchtbare Anwendung erfahren.<sup>21</sup> Die Anwendung der Grid-Methoden bezieht sich heute in überwiegender Zahl der Fälle nicht mehr nur für den Kontext der Personal Construct Theorie, sondern außerhalb im Kontext

<sup>20</sup> Vgl. z. B. Scheer, Jörn W.; Catina, Ana (1993), S. 8

<sup>21</sup> Vgl. z. B. Fromm, Martin (1995), S. 11; Scheer, Jörn W.; Catina, Ana (1993), S. 9 f.

anderer Theorien.<sup>22</sup> Im deutschsprachigen Raum wird sie bislang hauptsächlich für Werbung- und Produktforschung benutzt. Im angloamerikanischen Sprachraum ist sie unter anderem eine Forschungsmethode zur Erhebung der Effizienz von pädagogisch-psychologisch-therapeutischen Maßnahmen.

Sämtliche Punkte im Ablaufprozess einer Grid-Erhebung sind veränderbar. Wie eine Befragung bei der Anwendung vorbereitet, durchgeführt, nachbereitet und ausgewertet wird, kann erheblich variieren. Gemeinsam ist allen Grids jedoch, dass die Befragten zu Unterscheidungen von Gegenständen, Situationen oder Personen ihrer Erfahrung aufgefordert werden.

### 3.3 Begründung der Wahl der Repertory Grid Methode

Bei der Grid-Methode erhält das Kind mehrere physische Gegenstände, welche von der Erfahrung des Kindes her unterschieden werden sollen. Dabei zeigt das Kind seine affektiven und kognitiven Schemata.<sup>23</sup> Es beschreibt seine Welt, hier eine Fernsehsendung, mit seinen eigenen Konstrukten und Vorstellungen, in seiner Sprache. Das Verfahren kommt dabei mit minimalen inhaltlichen Vorgaben und Interviewerinterventionen aus. Durch die Interviewersituation können Dinge oder Situationen verbalisiert werden, die sonst ungesagt bleiben könnten. Das Kind bekommt zudem das Gefühl, dass seine Antworten sehr ernst genommen werden, die Angst, vor dem „etwas Falsches sagen zu können“ verschwindet.

Charakteristisch ist sein weitgehend dialogischer Verlauf, welcher es ermöglicht, dass der Interviewer Rückfragen stellen kann. Er kann so Rücksicht auf das Befinden des Probanden nehmen, was für die Arbeit mit Kindern sehr wichtig ist. Aufgrund der fehlenden Standardisierung der Repertory Grid Methode kann der Interviewer sich frei und je nach Interesse und Gegebenheit den Umständen anpassen.

In der Repertory Grid Methode gibt es keine isolierten Aussagen. Es werden immer Beziehungen zwischen den Elementen und Konstrukten hergestellt. Die Daten werden durch den Befragten wie selbstverständlich strukturiert. Ein weiterer Vorteil dieser Methode ist die Verknüpfung von qualitativer und quantitativer Forschung. Die Daten, die sich aus dem Gespräch mit dem Kind ergeben sind zunächst qualitativer Herkunft. Sie können jedoch, je nach Bedarf, quantitativ weiterverarbeitet werden.

Weil es aufgrund seiner mediatisierten Eigenschaften (Fotos, Elementkarten) sehr kindgerecht erscheint, es weiterhin eine interessante Möglichkeit ist, Konstrukte zu erheben und auf

---

<sup>22</sup> Vgl. z. B. Fromm, Martin (2002) S. 196, Scheer, Jörn W.; Catina, Ana (1993), S. 8

<sup>23</sup> Vgl. Charlton, Michael; Neumann-Braun, Klaus (1990), S. 16

diese Weise die Sicht des Anderen zu verstehen und weil es zudem sehr einfach durchführbar ist, erscheint die Repertory Grid Methode als sehr geeignet.

## 4 Datenerhebung

### 4.1 Grundgesamtheit und Stichprobe

Da es sich um eine qualitative Studie handelt, war es das Ziel, einzelne Aussagen von Kindern auszuwerten. Nicht die Repräsentativität der Respondenten wurde angestrebt, sondern um möglichst umfassende Erfassung der persönlichen Konstrukte der Kinder im Hinblick auf das ZDF-Kindermagazin PuR. An der Untersuchung nahmen die Internationale Grundschule Pierre Trudeau und das gleichnamige Gymnasium in Magdeburg teil. Es gab zwei Quotenvorgaben, die bei der Wahl der Schüler durch die Lehrer beachtet werden sollten. Aufgrund dieser Quotierung muss man von einem bewussten Auswahlverfahren sprechen.<sup>24</sup> So gab es demographische Vorgaben (männliche und weibliche Teilnehmer vertreten in den Altersgruppen neun, zehn, elf Jahren) und die Schülerinnen und Schüler sollten eine Affinität zu Wissensmagazinen haben, dabei insbesondere die Sendung PuR kennen und diese hin und wieder schauen.

### 4.2 Pretestphase

Vor den eigentlichen Interviews gab es zunächst fünf Testläufe, in denen festgestellt wurde, wie viele Konstrukte und Elemente im Schnitt von Kindern erwartet werden konnten, welche Zeit eingeplant werden muss, wie die Altersgruppe mit den Ähnlichkeiten und Vergleichen zurechtkamen, welche verbalen Äußerungsmöglichkeiten sie besaßen und wie die Methode allgemein angenommen wird. Die Bewertungsskala wurde verändert und kindgerecht angepasst. Durch die Pretests konnten drei Dimensionen der Elementarerhebung festgemacht werden: Das Moderatoren-Team (*wer macht mit*), der thematische Inhalt der Sendung (*was gab es zu sehen, wie war der Inhalt aufbereitet*) und schließlich das Studio, welches sich im PuR-Flugmobil befindet (*was wird über das Raumschiff beziehungsweise das Studio gesagt*).

### 4.3 Ablauf der Interviews

Im April und Mai 2006 wurden die eigentlichen Untersuchungen durchgeführt. Für etwa drei Wochen konnte fast an jedem Schultag jeweils ein Kind aus dem Unterricht befreit und

---

<sup>24</sup> Vgl. Brosius, Hans-Bernd; Koschel, Friederike (2003), S. 95

im Kreativ- und Ruheraum der Schule für etwa 60 Minuten interviewt werden. Der Ablauf aller durchgeführten Befragungen bestand aus fünf feststehenden Phasen.

### 4.3.1 Aufwärmphase

Nach dem Persönlichkeitsmodell der Personal Construct Psychology wird jeder Mensch als Forscher verstanden, der kontinuierlich den Gegebenheiten seiner Umwelt Bedeutung verleiht. Es war daher wichtig, eine Atmosphäre zu schaffen, in der sich der Befragte als Experte für die besprochenen Inhalte akzeptiert fühlt um sich entsprechend in das Gespräch einzubringen. Die Kinder wurden über den Zweck und über die Erwartungen, die an sie gestellt waren, informiert.

### 4.3.2 Videosichtung der Beispielsendung PuR

Als nächstes wurde das Video mit der Sendung „Glück“ geschaut. Um eine gemeinsame Rezeptions-Basis aufzubauen, blieben Interviewer und Kind beim Schauen zusammen. Der Kreativ- und Ruheraum bot optimale Ausgangsbedingungen für eine angenehme Fernsehsituation: Bunte Farben, aber leicht abgedunkelt zum Videoschauen und eine gemütliche Sitzecke. Das Video dauerte 23 Minuten. Es wurden, wenn nötig, im Anschluss Verständnisprobleme und Fragen zum Video geklärt.

### 4.3.3 Erhebung der Elemente

Nachdem das Video geschaut und der Zweck der Befragung verstanden wurde, folgte die eigentliche Befragung und somit zunächst die Erhebung der Elemente. Von nun an wurde das Interview mit Hilfe eines tragbaren MiniDisc-Recorder aufgezeichnet.

Zunächst beantwortete jedes Kind folgende drei Fragen:

- Was ist ganz typisch für PuR?
- Wer macht in der Sendung mit?
- Was hast du in der Sendung gesehen?

Alle Fragen wurden nacheinander gestellt und gut lesbar auf ein DIN A3 Blatt geschrieben. Sämtliche Antworten wurden von dem Interviewer mit einem dicken Filzstift rund um die jeweilige Fragestellung geschrieben. Die Antworten, vor allem die der beiden letzten Fragen, dienten als Elemente für die anschließende Erhebung der Konstrukte. Die Antworten der ersten Frage dienten als Eisbrecherfrage, um direkt in das Gespräch einzusteigen. Es war sicher zu stellen, dass die Kinder die einzelnen Elemente kannten, um über sie in der Erhebung diskutieren zu können. Wird ein Element genannt, so kann davon ausgegangen wer-

den, dass eine Assoziation mit dem Genannten vorhanden ist. Aufgrund der unterschiedlichen Fragestellungen konnten bereits fast alle relevanten Elemente in den entsprechenden Dimensionen (Moderatoren-Team, Inhalt und PuR-Flugmobil der Sendung) erhoben werden. Fehlende Elemente wurden in das Interview aufgenommen. Sichergestellt wurde, dass jedes Kind eine minimale Basis von neun Elementen hatte und mit all diesen das Kind eine Assoziation hatte. Einige Kinder erwähnten während der Erhebung auch noch weitere Elemente der Sendung. Diese wurden ebenfalls mit in das Grid-Formblatt aufgenommen. Die vorgefertigten neun Element-Karten wurden für eine „stimulierende“ Konversation über die Sendung angefertigt und konnten im nächsten Schritt an das Kind nacheinander verteilt werden.

#### 4.3.4 Gewinnung der Konstrukte

Nun begann das „Kartenspiel“ und anhand der vorgefertigten Element-Karten konnten die Konstrukte erhoben werden. Mit dem Konstrukt wurde erfasst, wie die Kinder die Sendung wahrnehmen, was ihnen wichtig und mitteilenswert erscheint in Bezug auf das jeweilige Element. Das Interview begann stets mit den Elementen der Dimension Moderatoren-Team. Für die Erhebung der Konstrukte der Dimension Moderatoren-Team wurde das klassische Triadenverfahren gewählt. Dem Kind wurden dabei drei beliebige Elementkarten gegeben und gebeten, Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen diesen dreien festzustellen.

*Interviewer: „Welche Karten haben denn etwas gemeinsam? Und worin unterscheiden sie sich? Kind: Die beiden, weil die witzig sind und mehr so Witze machen, aber die [Enie] bleibt ernst. Die beiden [Petty und Enie] sind auch weiblich und das [Jo] männlich. Und dass das hier Erwachsene sind [Enie und Jo], und Petty ein Kind mehr“<sup>25</sup>.*

Die Konstruktpaare aus diesem Beispielausschnitt wären *witzig* und *ernst*, *weiblich* und *männlich*, *Erwachsene* und *Kind*. Alle Konstrukte wurden als bipolare Pole in das Grid-Formblatt jeweils links und rechts in die entsprechenden Felder eingetragen.

Die Elementkarten wurden gewechselt, sobald Konstrukte genannt und niedergeschrieben waren. Auf diese Weise war es möglich, die Redesituation ‚flüssig‘ zu halten. Noch bevor das Kind in ein längeres Nachdenken oder gar Schweigen verfiel, wurde es vor eine neue Situation des Vergleichens gestellt und konnte sich somit aufs Neue konzentrieren. Für die Dimension *PuR-Flugmobil* wurde das Leiterverfahren gewählt. Das Kind erhielt zunächst die Karte mit dem PuR-Flugobjekt und wurde gebeten, das Objekt zu beschreiben. Meistens fielen schon während der ersten Sätze einige Konstruktpole, die für das Kind relevant erschie-

---

<sup>25</sup> Interview mit Jonas

nen. Es wurde nun gefragt, warum das entsprechende Konstrukt wichtig sei für das Flugobjekt. Nach einem *warum* oder auch *wie* wurde so lange gefragt, bis das Kind keine neuen Konstruktpole zu formulieren imstande war.

*Interviewer: „Jetzt erzähle mir doch noch etwas zu dem Raumschiff. Was fällt dir denn auf? Kind: Na die Computer. Da sind überall Bildschirme und da zeigen sie dann immer so Filme (...). Interviewer: Ist das sehr wichtig für PuR? Kind: Naja, (...) das ist schon gut so, weil wegen den Filmen die da so kommen. Aber da ist so viel Technik auch und das ist ein bisschen verwirrend, weil auch das alles so grell ist von den Farben her und so. Interviewer: Der Computer, wird der also zu viel eingesetzt? Kind: Ja, weil sonst wurde immer nur ein Computer eingesetzt nur jetzt zwei. Und das ist zuviel bei dieser Sendung. Wenn das nur ein Computer war, da war das dann auch freundlicher in der PuR. Interviewer: Was heißt freundlicher? Kind: Na besser und nicht so viel Technik“.*<sup>26</sup>

Die Konstruktpaare für diesen Ausschnitt würden entsprechend *viele Computer* und *wenige Computer, grelle Lichter* und [wird zunächst ausgelassen], *freundlich* und *nicht so freundlich* sein. Der Gegenpol für das Konstrukt *grelle Lichter* kann für den Moment noch nicht erhoben werden, es bleibt zunächst eine Lücke im Grid-Formblatt. Entweder wird das Konstrukt nachgetragen, wenn sich die Situation ergibt und es passend erscheint, nachzufragen, spätestens jedoch beim Bewerten im letzten Schritt, wo dem Kind alle Paare genannt werden, wird es das Gegenkonstrukt benennen können. Es muss jedoch unbedingt darauf geachtet werden, dass nicht allzu viele Konstruktpole fehlen. Durch geschicktes Vergleichen und Fragen kann vermieden werden, dass beide Pole nicht sofort benannt werden. Für den *Inhalt* wurde ebenfalls das klassische Triadenverfahren gewählt. Auch hier sollte mindestens zu jedem Element ein Konstruktpol und sein Kontrastpol genannt werden.

#### 4.3.5 Bewertung

Die Vorgabe von Elementen in einer Triade bzw. einer Dyade führt zunächst zu einer Unterscheidung und somit zu den Konstruktpaaren. Man erfährt somit etwas über die dichotomisierte Zuordnung der Elemente. Um jedoch differenzierter über die Anwendung der erhobenen Konstrukte der befragten Person zu erfahren, wurde eine Skalierung verwendet, wobei jedes Konstrukt auf jedes Element angewandt und skaliert wird. Für die vorliegende Arbeit wurde mit einer 6-stufigen Ordinalskala gearbeitet, jedoch waren keine Antwortziffern vorgegeben. Durch die sehr kindgerechte Anordnung des Pfeils für jedes einzelne Element kann der Befragte die Beziehung zwischen den Elementen beliebig darstellen und zueinander in Beziehung setzen. Der bewusste Verzicht einer neutralen Antwortkategorie zwang die Kinder zunächst tendenziell anzugeben, ob sie sich eher für den einen Bereich oder eher dem

---

<sup>26</sup> Interview mit Julia

anderen entscheiden würden. Zur visuellen Unterstützung wurden beide Bereiche unterschiedlich farbig markiert. So gab es den roten und den grünen Farbbereich, den es zu unterscheiden galt. Innerhalb der Farbbereiche gab es wiederum drei Feinunterteilungen. Aufgrund dessen, dass nicht mit Zahlenwerten sondern mit einem Pfeil, den sie nach Belieben drehen konnten, und auch wegen der eindeutigen farblichen Markierung sind die Kinder bestens mit den Skalenstufen zurechtgekommen. Die Farbfelder wurden durch den Interviewer noch im Beisein – nicht aber Bewusstsein – des Befragten in Ziffernwerte einer 6-stufigen Skala von eins bis sechs umgewandelt und in das Grid-Formblatt eingetragen. Auf diese Weise füllte sich das Raster.

Eine Besonderheit dieser Studie ist ein Ist-Soll-Vergleich. Zunächst wurde hierfür ein Raster angelegt, welches die Ist-Situation beschreibt. Die Kinder wurden hierzu gebeten zu bewerten, wie die Sendung nach ihren Konstrukten aktuell ist:

*Interviewer: „(...) ist der Jo viel in der Sendung dabei, das ist dann dieser grüne Bereich oder nicht so viel, das ist der rote Bereich? Kind: Viel! Obwohl ja eigentlich nicht so viel, weil dann sind ja noch die Filme und so zu sehen. Und er sagt ja auch nicht die ganze Zeit etwas. Also es geht so. [Bewegt den Pfeil an eine Position] Interviewer: Und Petty? Kind: Naja, hm, auch so wie Jo. Und Enie und Teddy (...) dorthin! [dreht die Pfeile für die Ist-Tabelle]“.<sup>27</sup>*

Für die gleichen Konstrukte sollte das Kind im direkten Anschluss auch die Pfeile für zukünftige oder für ihn noch bessere Sendung drehen:

*Interviewer: „Und für die Zukunft, sollte er da mehr wissen und noch mehr lernen? Kind: Ja, da kann ich mir vorstellen, dass er noch mehr nachfragt, zum Beispiel auch mal Professoren und dass er noch mehr erklären kann. Also auf jeden Fall mehr wissen. Interviewer: Wie ist das bei Enie? Kind: Soviel würde ich sagen (...)“<sup>28</sup>.*

Die Soll-Tabelle stellt somit abgeleitete Änderungsvorschläge dar. Sowie der Soll- vom Ist-Wert abweicht, stellt dies einen Änderungswunsch dar. Wenn beispielsweise Enie in der Ist-Tabelle einen Wert von 4 erhält, also das Kind feststellt, sie ist nicht wirklich viel dabei und in der Soll-Tabelle gibt das Kind Enie einen Wert von 1, dann würde dies bedeuten, dass sich das Kind für zukünftige Sendungen wünscht, dass sie noch mehr in der Sendung zu sehen ist. Diese abgeleiteten Änderungswerte werden zukünftig als Änderungsvorschläge gehandhabt.

Wenn alle Elemente durch alle Konstrukte bewertet wurden und zwei Matrizen vorlagen, war das Interview im Durchschnitt nach 56 Minuten beendet. Einige soziodemographische

<sup>27</sup> Interview mit Thorwin

<sup>28</sup> Interview mit Thorwin

Angaben, wie Name, Alter und einige kurze Fakten zum Fernsehkonsum der Kinder rundeten das Gespräch ab.

Die fünfte Phase des Ablaufs ist die Auswertungsphase, wofür die ausgefüllten Raster die Grundlage bildeten.

## 5 Ergebnisauswertung

### 5.1 Untersuchungsteilnehmer

Für die Hauptuntersuchung standen 14 Kinder zur Verfügung. Die Kinder, fünf Mädchen und neun Jungen, waren zu Beginn der Untersuchung zwischen 9 (9;5 lies 9 Jahre und 5 Monate) und 11 Jahren (11;9) alt.

Die Tabelle gibt Aufschluss darüber, wer von den 14 Untersuchungsteilnehmern wie viele Konstrukte und in welcher Interview-Zeit nannte.

Name <sup>29</sup>	Geschlecht	Alter	Konstrukte in den Dimensionen:			Gesamt	Zusätzl. Elem.	Interview-Zeit
			Moder.-Team	Inhalt	PuR Flugmobil			
Nathalie	W	11;6	7	1		8		0:55:09
Felix	M	11;2	5	4	1	10		0:52:43
Alex	M	11;4	5	3	4	12		0:56:15
Oliver	M	11;9	7	1	1	9		0:52:29
Max	M	10;4	5	3	1	9		0:55:29
Sebastian	M	10;6	6	3		9		0:52:40
Adriane	W	9;9	4	2	1	7		0:54:41
Tina	W	10;4	7	4	2	13	1	0:57:19
Jonas	M	9;6	5	2	1	8	1	0:48:11
Thorwin	M	9;10	4	3	2	9		0:55:30
Julia	W	10;6	7	1	5	13	1	1:03:40
Simon	M	9;7	7	2	3	12	1	0:58:35
Michelle	W	9;5	9	6	4	19	1	1:06:33
Robert	M	10;3	9	5	2	16		0:59:33
<b>Gesamt</b>		Ø 10,4 J.	<b>87</b>	<b>40</b>	<b>27</b>	<b>154</b>		<b>788 min 13:08 h</b>

Tab. 1: Anzahl erhobener Konstrukte

Ein durchschnittliches Interview dauerte 56 Minuten, wobei das längste Interview nach einer Stunde und sechs Minuten und das kürzeste nach 48,11 Minuten beendet war. Durchschnittlich fanden die 10-jährigen Kinder die meisten Konstrukte (12 Konstrukten pro Interview). Die 9-Jährigen fanden durchschnittlich 11,2 Konstrukte und die 11-Jährigen 9,5 Konstrukte je Interview. Betrachtet man die Anzahl der Konstrukte einzelner Dimensionen wird eines sichtbar: die meisten Konstrukte wurden in der Dimension *Moderatoren-Team* genannt. 87

<sup>29</sup> Namen geändert

Konstrukte weist diese Dimension auf. Im Durchschnitt sind das 6,2 Konstrukte für jedes befragte Kind. Die Dimension *Inhalt* weist 40 Konstrukte auf, und somit 2,8 Konstrukte pro Kind. Mit einem Durchschnitt von 1,9 Konstrukten je Kind folgt die Dimension *PuR Flugmobil*. Hier gibt es insgesamt 27 Konstrukte. Dass das *Moderatoren-Team* quantitativ die meisten Konstrukte im Ergebnis aufwies, mag einerseits daran liegen, dass sich Personen leichter beschreiben lassen als der Inhalt der Sendung. Andererseits lässt es sich auch darauf deuten, dass die Personen in der Sendung für die befragten Kinder sehr wichtig sind und möglicherweise viel Stoff zur Diskussion bieten.

## 5.2 Auswertung der Elementerhebung

Aufgrund der drei unterschiedlichen Fragestellungen zu Beginn des Interviews (*Was ist ganz typisch für PuR*, *Wer macht in der Sendung mit* und *Was hast du in der Sendung gesehen*) konnten die relevanten Elemente der drei Dimensionen erhoben werden.

Hierfür lässt sich festhalten, dass die Elemente für das Moderatoren-Team Jo, Enie, Petty und Teddy die Basis der Befragung stellten. Die Basiselemente für den Inhalt sind die Petty PuR Show, Enies Tipps, die Reportage und der Info-Clip. Als ergänzendes Element in vier von 14 Fällen wurden die Themen der Sendung aufgenommen. Die dritte Dimension und somit das neunte Basiselement ist das Flugmobil.

## 5.3 Dimension Moderatoren-Team

Die erste Frage richtet sich an die Bedeutungsassoziationen der Kinder hinsichtlich der Dimension *Moderatoren-Team*. Die Gesamtzahl aller erhobenen Konstrukte in dieser Dimension beläuft sich auf 87. Um diese Menge zu überschauen, wurden verschiedene Kategorien gewählt: *Häufigkeit und Beliebtheit*, *vermittelnde Kompetenzen* und *soziale und personale Charaktereigenschaften*, *Objektive Konstrukteigenschaften*. Nach diesen Kategorien wurden die Konstrukte geordnet und anschließend mit Hilfe deskriptiver Statistik ausgewertet. Diese Zahlenergebnisse gaben schließlich Auskunft über die Stärken und Schwächen der einzelnen Charaktere.

### 5.3.1 Stärken und Schwächen des Moderatoren-Teams

Während Fakten und Erklärungen den Kindern über die realen Sendungselemente (durch Jo und Enie) vermittelt werden, stehen die virtuellen Trickfiguren Petty und Teddy eher für Witziges und Humorvolles. Dieser Mix sorgt bei den Kindern für Stimmung und Unterhaltung. Die Zusammenstellung aller Charaktere von Mensch und Trick, von weiblichen und

männlichen Charakteren gefällt den Kindern sehr gut. Hierbei sollte es in Zukunft keine Änderungen geben. Jedoch gibt es einige Änderungswünsche bezüglich der einzelnen Charaktere.

### **Petty**

Die wichtigste Figur für die Sendung ist Petty. Sie steht für Unterhaltung, Spaß und Spannung. Bei Petty gibt es aber einige Änderungswünsche. So kam der Wunsch bei den Kindern auf, Petty nicht nur als fragendes, freches und vorlautes kleines Mädchen darzustellen, sondern auch mal als die Wissende und Vermittelnde, die schon mal dem Jo was erklären konnte. Dabei kann sie ruhig ihren Witz behalten. Etwas weniger frech und vorlaut könnte ihr stehen, so dass sie glaubwürdiger wirkt. Auch im Aussehen Pettys gibt es Kritikpunkte. So sind Pettys Bewegungen teilweise sehr starr und steif. Die Kinder wünschen sich eine flüssigere Animation ihrer Figur. Auch wird ihre Stimme kritisiert, diese sei zu schrill und könnte etwas freundlicher wirken.

Ansonsten ist Pettys Figur sehr zentral und unabdingbar für die Sendung: „Ich möchte, dass Petty unbedingt so bleibt! [Und] Petty sollte auf jeden Fall immer mit drin sein!“<sup>30</sup>

### **Teddy**

Teddy ist Pettys wichtigster Nebenbuhler und Handlanger. Zwar erhält er deutlich geringere Stimmen bei den Beliebtheits- und Wichtigkeitswerten, dennoch sollte es ihn unbedingt auch weiterhin geben. Teddy gilt bei den Kindern als der Mechaniker, der immer sein Werkzeug bereithält. Teddy sollte sich vor allem darin ändern, dass er noch etwas wichtiger wird für die Sendung, das bedeutet, dass seine Rolle als solche noch etwas mehr in Erscheinung tritt und gefestigt wird. Er könnte dabei zum einen mehr auftreten, zum anderen aber auch mal etwas sagen. Dann würde er vor allem witziger und sicherer wirken.

### **Jo**

Jo ist der Fachmann und neben Petty die wichtigste Figur in der Sendung. Jo steht für Ernsthaftigkeit, Wissen und Menschlichkeit. Die Kinder mögen Jo. Sollte es ein neues Gesicht in der Sendung geben, dann sollte dieser neue Moderator unbedingt auch so sportlich sein wie Jo, alles mitmachen und um einige Akzente witziger und lockerer wirken. Jo, oder ein zukünftiger Moderator, sollte auch mehr erklären. Oft befragt Jo lediglich den Computer zum Thema, jedoch wünschen sich die Kinder noch mehr direkte Vermittlung über den Moderator. Einige Kinder bemängeln, dass Jo zu wenig „typisch“ sei und keinen prägenden Ein-

---

<sup>30</sup> Vgl. Interview mit Robert

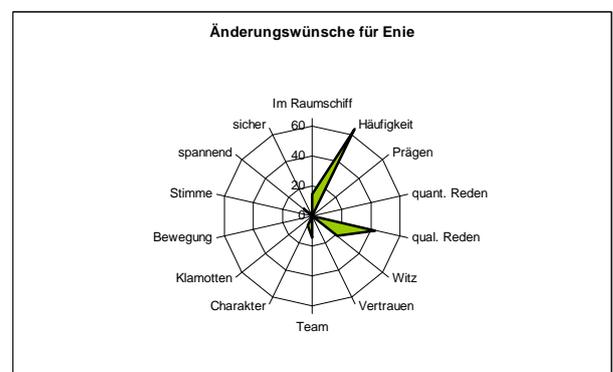
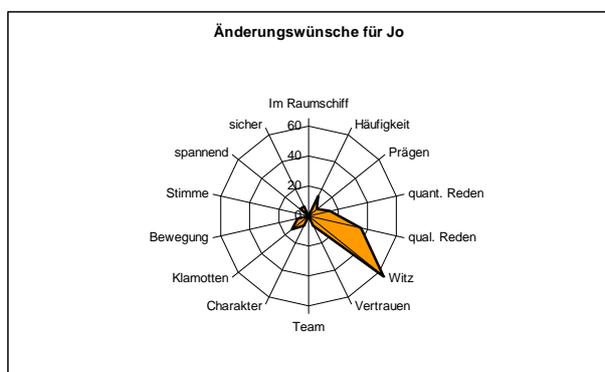
druck bei den Kindern hinterlässt. So könnte er in Zukunft sicherer, frecher, kreativer und jünger wirken. Einige wünschen sich für ihn mehr Bewegung um einfach auch spannender zu sein.

## Enie

Enie ist der kreative Charakter der Sendung. Sie ist in der Position der Beobachterin und sie führt aus, was Petty sich von ihr wünscht. Sie lässt sich Dinge einfallen, die die Kinder zum Mitmachen animieren. Zwar hat keines der Kinder je geäußert, etwas von ihr nachgebastelt zu haben, aber fast alle Kinder können sich vorstellen, das mal zu tun. Einige wenige Kinder waren jedoch der Meinung, Enie könnte dabei noch etwas genauer erklären. Oft wären die Informationen zu schnell, so dass vieles von dem verloren geht, was sie sagt.

Enie ist sehr beliebt. Viele Kinder wünschen sich, ihrem Star noch näher sein zu können, indem Enie einfach noch mehr zu sehen ist. Enie könnte den Kindern suggerieren mit im Raumschiff zu sein. Dort könnte sie wie Petty einen eigenen Platz bekommen, ein eigenes Bastelstudio beispielsweise, dann zumindestens wäre sie dem Team noch etwas näher und zugehöriger. Einige Kinder wünschen sich auch etwas mehr Witz noch von Enie und ihrer Bastelrubrik.

Addiert man alle Änderungswünsche aller Charaktere, ergeben sich für Jo die meisten Änderungswünsche. Insgesamt 26 Differenzwerte (30% der gesamten Änderungswünsche) konnten für Jo von den Kindern ausgemacht werden. Enie folgt mit 24 Änderungswünschen, das sind 28% der gesamten Differenzwerte. Teddy soll sich in 23 Werten ändern (27%) und die wenigsten Änderungswünsche gibt es gegenüber Petty. Hier konnten 13 Änderungswünsche (15%) ausgemacht werden. Die wichtigsten und markantesten Änderungsvorschläge für die einzelnen Team-Mitglieder sind in der Abbildung 2 gegenübergestellt.



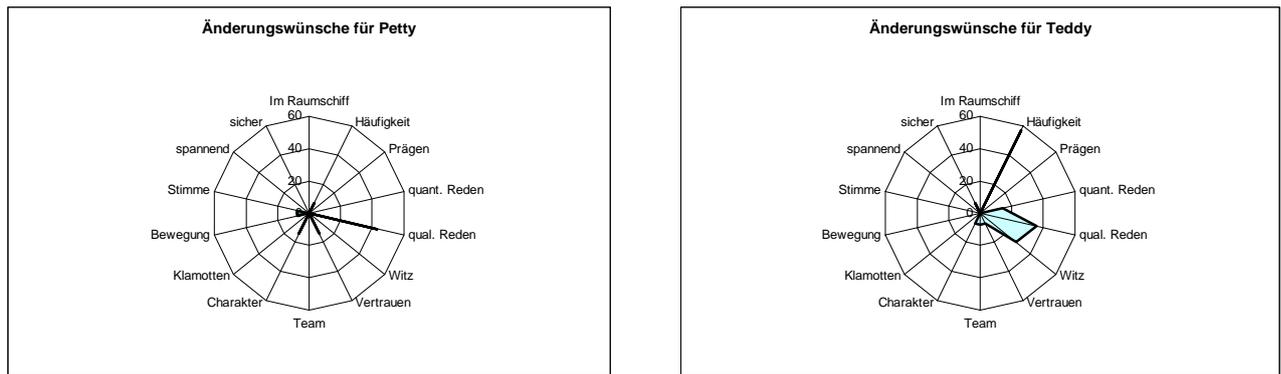


Abb. 2: Änderungsvorschläge für die Team-Mitglieder

Die Abbildung zeigt besonders die Bereiche auf, in denen Änderungen mehrfach vorgeschlagen wurden. Jo sollte dabei unbedingt lustiger werden und in seinen Moderationstexten mehr Wissen vermitteln. Enie sollte nach Meinung der Kinder vor allem im Bereich der Häufigkeit des Auftretens verändert werden und entsprechend mehr mitmachen. Es wird weit mehr Präsenz von ihr erwartet, als im Moment geboten wird. Auch bei Teddy bemängelte ein Großteil der Kinder in erster Linie seine Präsenz. Würde dieser etwas mehr mitmachen und somit mehr zur Geltung kommen, würden ihn die Kinder noch mehr mögen. Petty sollte in Zukunft mehr vermittelnde Kompetenzen aufweisen und dabei weniger frech wirken.

## 5.4 Dimension Inhalt

Neben der Moderation kennzeichnen vor allem die eingespielten Filmbeiträge den Inhalt der Sendung. Welche Bedeutungsassoziationen haben die Kinder zum Inhalt und wie kommen die einzelnen Einspieler an? Aufgrund der sehr offenen Befragungstechnik durch die Repertory Grid Methode konnten vier Ausmaße zur Kennzeichnung der Filmbeiträge vereinbart werden (*Beliebtheit, Wissensvermittlung, Witz und Humor, Darstellung und Aufmachung*) und ein weiteres Ausmaß für Konstrukte die die *Themen* der Sendung betreffen.

### 5.4.1 Stärken und Schwächen

Hervorzuheben ist, dass die Kinder die Sendung PuR gleichermaßen als eine Unterhaltungswie auch eine Wissenssendung verstehen.

#### Themen der Sendung

Vor allem die Themen aus dem Alltag kommen bei den Kindern sehr gut an. Dabei legen die Kinder auch viel Wert auf Aktualität, wenn es einen aktuellen Fall gibt, könnte PuR dies

aufgreifen und darüber genauer berichten. Sehr positiv ist auch in Erinnerung geblieben, dass ein Hauptthema die Sendung und deren Inhalte bestimmt.<sup>31</sup>

### **Petty PuR Show**

Die Petty PuR Show ist das zentrale Filmelement der Sendung und ein echter „Kindermagnet“.<sup>32</sup> Die Show gilt als Sinnbild für Witz und Humor. Wenn Petty Jo den Rücken kehrt und sich ihr die Tore öffnen, dann wissen die Kinder es ist Zeit für: „Spannung und Unterhaltung“, „Da kann man dann mal richtig lachen!“, „Die bringt dann so Sketche und so.“, „Das nicht immer alles die Wahrheit ist, dass es eben auch was anderes gibt“, „Die ist lustig, spannend, witzig!“<sup>33</sup>

Beschäftigt man sich genauer mit der Detailanalyse, werden jedoch auch viele Kritiken wahrnehmbar. Während die einen die Petty PuR Show nicht witzig genug haben können („Denn die erzählt sozusagen nur Schwachsinn, aber das ist sehr lustig und kann ruhig so bleiben!“<sup>34</sup>) finden andere, dass die Petty PuR Show genug humoristische Elemente hat, und eher auch Wissenswertes vermitteln könnte: „(...) dass man auch noch was lernen könnte!“<sup>35</sup> Ansonsten könnte die Petty PuR Show noch enger an die Hauptthematik geknüpft werden.<sup>36</sup> Und auch der zeitliche Rahmen der Petty PuR Show könnte noch ausgedehnt werden: „ein bisschen zu kurz ist die Petty PuR Show (...) ich würd´ die noch ein bisschen länger machen, dass da noch mehr Witz rein kommt (...)“.<sup>37</sup>

Die Petty PuR Show ist wichtig und zentral, aber der Witz und teilweise die Aufmachung werden stark kritisiert, deswegen eher durchschnittliche Beliebtheitswerte und einiges Änderungsbedürfnis.

### **Enies Tipps**

Enies Tipps sind bei den Kindern ein fester Bestandteil der Sendung und gelten bei den Kindern als das besondere Erklärstück. Enie erklärt weniger Wissenswertes, dafür aber gibt sie Tipps, die „kann man dann auch zu Hause ausprobieren“<sup>38</sup>. Enies Tipps sind „manchmal lustig und manchmal auch ernst“, aber manchmal auch Wissenswert: „mit dem Schornsteinfeger hab ich das nicht gewusst, deswegen weiß ich da schon ein Stückchen mehr“. Die Enie

---

<sup>31</sup> Interview mit Sebastian

<sup>32</sup> Interview mit Alex

<sup>33</sup> Interviews Diverse

<sup>34</sup> Interview mit Felix

<sup>35</sup> Interview mit Oliver

<sup>36</sup> Interview mit Max

<sup>37</sup> Interview mit Felix

<sup>38</sup> Interview mit Max

„bastelt dann so schöne Dinge. Und die erklärt sie sehr gut“, „so was wie eine Bastelendung“.

Kritiken an Enies Tipps sind ähnlich dem, was bei Enie bereits kritisiert wurde: „Die könnte etwas vorlauter (...) sein. Weil ich find Basteltipps da muss das lustig sein und das ist eben besser mit ein bisschen vorlauteren Personen und die Enie ist ein bisschen zu ruhig, aber sie ist schon gut.“, „Die Show könnte witziger sein“, „Und Enies Tipps könnten noch etwas bunter sein wegen Basteln und so.“, „Zum Basteln gehört das auch, dass es manchmal lustig ist.“ Es gab auch Kritik, dass die Tipps teilweise zu schnell erklärt und Informationen verloren gingen.<sup>39</sup>

### Reportage

Die Reportage ist ein sehr wichtiger Bestandteil der Sendung, denn sie ist der Gegenpol zur Unterhaltung. Hier lernen die Kinder die Geschichten anderer Kinder kennen: „Die erzählen dann, dass man auch mit schweren Krankheiten glücklich sein kann oder dass man auch mal traurig sein kann und nicht immer lustig sein muss!“, „(...) die nehmen auch immer gute Beispiele. Zum Beispiel das jetzt mit dem Rollstuhlfahrer“<sup>40</sup> „(...) die erzählen immer was so auf der Welt ist und wie die Probleme von anderen Kindern sind. Und dann kommen sie und helfen.“, „(...) dann weiß man, wie es anderen so geht und kann sich das auch besser vorstellen.“, „Einmal kam auch Glück in der Musik vor, das hat man deutlich verstanden, (...) das hat dann sehr gut zu den Bildern gepasst.“, „Und die Reportage ist nicht ganz traurig aber auch nicht witzig. Also ernst eben.“

Kritisiert wurde an der Reportage insgesamt recht wenig. Einige der befragten Kinder fanden jedoch, dass Marisas Beispiel eher ein recht trauriger Fall war. Auch wenn der Bericht sehr positiv endete, die Krankheit schien viele der Kinder recht lange noch beschäftigt zu haben, so dass Marisa ihnen am Ende eher sehr Leid tat und der Beitrag eher als ein Antonym von Glück gewertet wurde.

### Info-Clip

Der Info-Clip dieser Sendung wurde als solcher nicht verstanden. Zwar kennen die Zuschauer diese Rubrik aus anderen Sendungen und wissen, dass es hier Fakten und Lehrreiches gibt, doch in dieser Sendung haben die Kinder den Info-Clip eher als (Glücks-) „Training“ verstanden: „Und bei dem Glückstraining hab ich auch was gelernt, wie man glücklich bleibt und so.“, „Das war viel Unterhaltung und ein bisschen Erklärung!“, „Die Show und

---

<sup>39</sup> Interview mit Robert

<sup>40</sup> Interview mit Robert

das Glückstraining waren ja eher so Tricksachen, da wollten die auch eher lustige Dinge machen, also nichts beibringen oder so.“<sup>41</sup>, „Es ist lustig, aber es geht um ein ernstes Thema.“, „Also ich find den sehr witzig, aber auch etwas interessant.“ Zwar dient die gezeichnete Aufmachung des Info-Clips dem Verstehen: „(...) manchen Kindern, die das noch nicht verstehen, kann man das dann besser mit der Zeichnung ausdrücken und erklären“. Jedoch hätte dieser Beitrag auch durchaus mit weniger Zeichentrick auskommen können. Für Informationen wünschen sich die Kinder eine ernsthafte Darstellung in normalen Farben. Auf diese Weise ist auch eine bessere Wissensvermittlung möglich.

## 5.5 Dimension Flugmobil

Das Flugmobil ist ein weiteres sehr zentrales Element der Sendung. Mit der PuR fliegen die Team-Mitglieder nicht nur rund um die Welt um die verschiedensten Geschichten zu erzählen, das Flugmobil kann auch abtauchen, sich verkleinern oder wenn nötig vergrößern. In ihr befindet sich das Herzstück der Sendung: Das Studio. Von diesem aus wird moderiert und hier befindet sich diverse Technik, mit Hilfe derer den Kindern Information und Unterhaltung geboten wird. Was denken die Kinder über das Flugobjekt und welche Erwartungen haben sie an so ein Raumschiff?

### 5.5.1 Stärken und Schwächen

Das PuR Flugmobil ist den Kindern sehr wichtig. „Es ist sehr typisch, weil das nur da so ist“!<sup>42</sup> Den Kindern gefiel vor allem auch das Äußere der PuR: „Es ist schon witzig in einem Flugzeug so was unterzukriegen dass es aussieht mit drei Buchstaben. Es sieht aus, wie ein Pferdekörper und hier in der Mitte, also der Sattel wenn man sich das anschaut.“<sup>43</sup> „Also ich find das gut, dass da schon PuR drauf steht. Und die Fenster, die sind rund und nicht viereckig, wie das sonst ist. Die Raketen hinten, also es ist fast schon wie ein Flugzeug, oder auch ein Hubschrauber.“<sup>44</sup> „Sehr gut ist, dass in dem R und dem P die Bullaugen so eingearbeitet sind. Das ist cool.“<sup>45</sup> „Das Radar ist auch gut. Ich mag halt solche Dinge.“<sup>46</sup>

Dass das Studio im Innenraum der PuR ist, finden alle Befragten sehr gut, jedoch scheiden sich die Meinungen darüber, wie es auszusehen und zu wirken hat. Mädchen befürworten ein schlichtes Aussehen zwar mit Technik, aber dezent eingesetzt: „Na ein paar Bildschirme sind ja Ok, aber nicht so viele. Und mit einem größeren Abstand (...)! Und dazwischen eben

---

<sup>41</sup> Interview mit Nathalie

<sup>42</sup> Interview mit Alex

<sup>43</sup> Interview mit Jonas

<sup>44</sup> Interview mit Adriane

<sup>45</sup> Interview mit Alex

<sup>46</sup> Interview mit Simon

noch ein paar Bilder! Ich mag das (...) mehr, wenn da nicht so viele Bildschirme sind, sondern Bilder. So Bilder von der Sendung hier von Erlebnissen, die sie erlebt haben“<sup>47</sup>.

Die Jungen hingegen sahen einen äußerst praktischen Wert in der Technik: „Manchmal zeigen die (...) auch Filme im Monitor!“<sup>48</sup> „(...) um das alles zu steuern und vor allem kann man sich das dann auch mal anschauen (...). Sonst müsste man das (...) ja alles im Original machen. Und da kann man auch was im Schnitt machen, wenn was nicht gelungen ist und [überlegt] dann eben kann man es eben so ausstrahlen. Und ohne Technik wäre das dann ein bisschen altmodisch“<sup>49</sup>.

## 5.6 Fazit

Das Ziel der vorliegenden Forschungsarbeit war es, wichtige Sendungselemente und subjektive Bedeutungsassoziationen durch Kinder hinsichtlich des ZDF-Kindermagazins PuR mit einer personenzentrierten Methode, dem Repertory Grid, zu erfassen.

Nach den Gedanken von GEORGE A. KELLY wurde dabei ein Dialog initiiert, der dem befragten Kind jeweils die Möglichkeit und Freiheit bot, eigene Ideen über Inhalte und Verstehensweisen zu entwerfen und zu formulieren. Die drei Dimensionen Moderatoren-Team, Inhalt und Studio bildeten den Dialograhmen.

Für die Hauptforschungsfrage: *wie verstehen Kinder dargebotene Medieninhalte und welche Erwartungen ergeben sich hinsichtlich der Sendung PuR?* wurden die Meinungen der Kinder über Konstrukte gemessen. Konstrukte wurden in dieser Arbeit als Interpretationen verstanden mit deren Hilfe Individuen ihre Umgebung strukturieren und verstehen. Die Konstrukte wurden während der Untersuchung durch Gemeinsamkeiten und Unterschiede von relevanten Sendungselementen erhoben. Diese zu kennen half einerseits den dargebotenen Medieninhalt zu verstehen und andererseits Kinder und ihre Bedürfnisse nachzuvollziehen.

Die ermittelten Konstrukte wurden über sogenannte Ist-Werte strukturiert und zahlenmäßig erfasst. Durch einen Ist-Soll-Vergleich konnten anschließend Ansatzpunkte zur Veränderung und Verbesserung des Programms abgeleitet werden.

Die Arbeit stand vor dem Hintergrund, dass sich Kinder für das Fernsehprogramm entscheiden, welches ihnen am meisten zusagt. In der Studie ist deutlich geworden, dass hinter einem scheinbar gedankenlosen oder habituellen Fernsehen eine zielgerichtete Handlung steckt, in der die Zuschauer genau wissen, welche Gründe sie für das Schauen haben und

---

<sup>47</sup> Interview mit Tina

<sup>48</sup> Interview mit Alex

<sup>49</sup> Interview mit Thorwin

weshalb sie dieses einschalten und kein anderes Programm. Kinder als aktive Zuschauer beobachten sehr genau und differenziert, was ihnen die Sender präsentieren. Auch wenn diese Prozesse häufig intraindividuell ablaufen, konnte diese Tatsache des ‚sich bewussten Zuwendens‘ mit dieser Forschungsarbeit bewiesen und rekonstruiert werden.

Der Prozess fußte auf dem Nutzenansatz welcher besagt, dass die Grundlage allen Handelns die individuelle Bedeutungszuweisung eines jeden Menschen bezüglich seiner Umwelt darstellt. Die häufigste Kritik am Nutzenansatz ist jedoch seine methodische Umsetzung des Messbarmachens von Interpretationen. Mit der Anwendung der Repertory Grid Methode konnte der Ansatz um eine neue Lösungsperspektive erweitert werden, indem subjektive Interpretationskriterien über ein Raster qualitativ erfasst und quantitativ ausgewertet werden konnten. Durch die Berücksichtigung der subjektiven Programmeinschätzung besteht die Chance, die „Inhaltsvergessenheit“ motivationaler Ansätze zu überwinden. Die Methode kann im Rahmen der Untersuchung als Zugang zu den Austauschprozessen zwischen Subjekt und medialer Welt angesehen werden.

Die Repertory Grid Methode bietet eine nützliche Alternative, Kinder nicht nur innerhalb eines testbehafteten Frage-Antwort-Settings zu Wort kommen zu lassen, sondern darüber hinaus ihre Sichtweise zu formulieren. Besonders die Möglichkeit, über den Konstruktvergleich Aussagen zu treffen, hat als eine Art spielerisches Element die Gespräche bereichert und lebhaft gestaltet. Die Vorgehensweise im Repertory Grid Konstrukte zu erfassen, war für Kinder leicht verständlich. Die Dialoge, die mit Hilfe der Repertory Grid entstanden sind, können als ideenreich, vielfältig und vielstimmig beschrieben werden. Das Repertory Grid ist ein geeignetes Mittel, Forschenden zu reichhaltigen Formulierungen zu verhelfen, statt an normativen, gesetzmäßigen Beschreibungen zu haften.

Für das ZDF stellt die Grid-Studie eine zusätzliche Absicherung der Ergebnisse anderer Studien dar und liefert neue, interessante Ideen über die Meinung von Kindern hinsichtlich der Sendung. Mit nur wenigen Kindern als Untersuchungsgruppe ist es gelungen, aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen, wie ein Vergleich mit bestehenden ZDF-Studien zeigte. Der eindeutige Vorteil der Grid-Methode liegt in den erfassten Ergebnissen, welche die Aussagen der Kinder klar zuordnen. Es konnte veranschaulicht werden, welche Art von Erkenntnissen durch die Anwendung des Grid-Instruments erzielt werden können. Die Ergebnisse zeigen Ansatzpunkte und Perspektiven, die durch weitergehende Forschung weitergeführt werden können.

Die Forschung „auf der Augenhöhe der Kinder“ sollte fortgesetzt werden. Zielgruppenanalysen tragen am Ende dazu bei, dass die Erwartungen der Zuschauer stärker berücksichtigt werden und die Kinder mit einem auf sie besser zugeschnittenen Programm auch tatsächlich besser angesprochen werden.

## 6 Literatur

BROSIUS, HANS-BERND; KOSCHEL, FRIEDERIKE (2003): Methoden der Empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

BURKART, ROLAND (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Wien; Köln; Weimar: Böhlau.

CHARLTON, MICHAEL (1997): Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft. In: Charlton, Michael; Schneider, Silvia (Hrsg.): Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 16-39.

CHARLTON, MICHAEL; NEUMANN-BRAUN, KLAUS (1990): Medienrezeption und Identitätsbildung. Kulturpsychologische und kultursoziologische Befunde zum Gebrauch von Massenmedien im Vorschulalter. Schriftenreihe SkriptOraia, Bd. 28. Tübingen: Narr.

FEIERABEND, SABINE; RATHGEB, THOMAS (2005): KIM-Studie 2005: Kinder und Medien - Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Baden-Baden: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

### Filmographie der PuR-Sendung

PuR - Glück, Sendungsnummer: 170/461

Drehbuch: Kurt Feyerabend

Regie: Michael Lührs

Sendedatum: 07.01.2006 ZDF, 08.01.2006 KI.KA

Aufzeichnung Studio: 20.12.2005 Leitung der Sendung: Tim Engelmann

FISCHER, GABRIELE (2000): Fernseh motive und Fernsehkonsum von Kindern. Eine qualitative Untersuchung zum Fernsehalltag von Kindern im Alter von 8 bis 11 Jahren. Angewandte Medienforschung - Schriftenreihe des Medien Instituts Ludwigshafen, Band 16. München: Reinhard Fischer.

FRANSELLA, FAY; BELL, RICHARD; BANNISTER, DON (2004): A Manual for Repertory Grid Technique. Chichester: John Wiley & Sons.

FROMM, MARTIN (1995): Repertory Grid Methodik: Ein Lehrbuch. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.

FROMM, MARTIN (2002): Was sind Repertory Grid Methoden? In: König, Eckard; Zedler, Peter (Hrsg.): Qualitative Forschung. Weinheim: Beltz Verlag, S. 195 - 211.

GROEBEN, NORBERT (1988): Explikation des Konstrukts 'Subjektive Theorie'. In: Groeben, Norbert; Wahl, Diethelm; Schlee, Jörg; Scheele, Brigitte (Hrsg.): Forschungsprogramm

- Subjektive Theorien. Eine Einführung in die Psychologie des reflexiven Subjekts. Tübingen: Francke, S.17-24.
- KÖNIG, ECKARD (2002): Qualitative Forschung im Bereich subjektiver Theorien. In: Eckard König; Peter Zedler (Hrsg.): Qualitative Forschung. Weinheim: Beltz Verlag, S. 55-71.
- MALETZKE, GERHARD (1998): Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- PAUS-HAASE, INGRID (1997): Qualität bei Kindermedien. Eine Debatte über Kindheit und Kultur. In: Mattusch, Uwe (Hrsg.): Kinder und Bildschirmwelten. Arbeitshefte Bildschirmmedien Bd. 64: Universität - Gesamthochschule Siegen, DFG-Sonderforschungsbereich (SFB) 240, S. 27-46.
- SCHAEER, JÖRN W.; CATINA, ANA (1993): Psychologie der Persönlichen Konstrukte und Repertory Grid-Technik. In: Scheer, Jörn W.; Catina, Ana (Hrsg.): Einführung in die Repertory Grid-Technik. Grundlagen und Methoden (Bd. 1), Bern [usw.]: Huber, S. 8-10.
- SCHLEE, JÖRG (1988): Menschenbildannahmen: Vom Verhalten zum Handeln. In: Groeben, Norbert; Wahl, Diethelm; Schlee, Jörg & Scheele, Brigitte (Hrsg.): Forschungsprogramm Subjektive Theorien. Eine Einführung in die Psychologie des reflexiven Subjekts. Tübingen: Francke, S. 11-16.
- VORDERER, PETER (1992): Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive. Berlin: edition sigma.
- WOLLING, JENS (2004): Qualitätserwartungen, Qualitätswahrnehmungen und die Nutzung von Fernsehserien. Ein Beitrag zur Theorie und Empirie der subjektiven Qualitätsauswahl von Medienangeboten. In: Publizistik 49 (2), S. 171-193.

- 01 Rüdiger Grimm, „Vertrauen im Internet – Wie sicher soll E-Commerce sein?“, April 2001, 22 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 02 Martin Löffelholz, „Von Weber zum Web – Journalismusforschung im 21. Jahrhundert: theoretische Konzepte und empirische Befunde im systematischen Überblick“, Juli 2001, 25 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, martin.loeffelholz@tu-ilmenau.de
- 03 Alfred Kirpal, „Beiträge zur Mediengeschichte – Basteln, Konstruieren und Erfinden in der Radioentwicklung“, Oktober 2001, 28 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, alfred.kirpal@tu-ilmenau.de
- 04 Gerhard Vowe, „Medienpolitik: Regulierung der medialen öffentlichen Kommunikation“, November 2001, 68 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 05 Christiane Hänseroth, Angelika Zobel, Rüdiger Grimm, „Sicheres Homebanking in Deutschland – Ein Vergleich mit 1998 aus organisatorisch-technischer Sicht“, November 2001, 54 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 06 Paul Klimsa, Anja Richter, „Psychologische und didaktische Grundlagen des Einsatzes von Bildungsmedien“, Dezember 2001, 53 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 07 Martin Löffelholz, „Von ‚neuen Medien‘ zu ‚dynamischen Systemen‘, Eine Bestandsaufnahme zentraler Metaphern zur Beschreibung der Emergenz öffentlicher Kommunikation“, Juli 2002, 29 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, martin.loeffelholz@tu-ilmenau.de
- 08 Gerhard Vowe, „Politische Kommunikation. Ein historischer und systematischer Überblick der Forschung“, September 2002, 43 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 09 Rüdiger Grimm (Ed.), „E-Learning: Beherrschbarkeit und Sicherheit“, November 2003, 90 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 10 Gerhard Vowe, „Der Informationsbegriff in der Politikwissenschaft“, Januar 2004, 25 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 11 Martin Löffelholz, David H. Weaver, Thorsten Quandt, Thomas Hanitzsch, Klaus-Dieter Altmepfen, „American and German online journalists at the beginning of the 21st century: A bi-national survey“, Januar 2004, 15 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, martin.loeffelholz@tu-ilmenau.de
- 12 Rüdiger Grimm, Barbara Schulz-Brünken, Konrad Herrmann, „Integration elektronischer Zahlung und Zugangskontrolle in ein elektronisches Lernsystem“, Mai 2004, 23 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de
- 13 Alfred Kirpal, Andreas Illmann, „Die DDR als Wissenschaftsland? Themen und Inhalte von Wissenschaftsmagazinen im DDR-Fernsehen“, August 2004, 21 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, alfred.kirpal@tu-ilmenau.de
- 14 Paul Klimsa, Torsten Konnopasch, „Der Einfluss von XML auf die Redaktionsarbeit von Tageszeitungen“, September 2004, 30 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 15 Rüdiger Grimm, „Shannon verstehen. Eine Erläuterung von C. Shannons mathematischer Theorie der Kommunikation“, Dezember 2004, 51 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ruediger.grimm@tu-ilmenau.de

- 16 Gerhard Vowe, „Mehr als öffentlicher Druck und politischer Einfluss: Das Spannungsfeld von Verbänden und Medien“, Februar 2005, 51 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, gerhard.vowe@tu-ilmenau.de
- 17 Alfred Kirpal, Marcel Norbey, „Technikkommunikation bei Hochtechnologien: Situationsbeschreibung und inhaltsanalytische Untersuchung zu den Anfängen der Transistorelektronik unter besonderer Berücksichtigung der deutschen Fachzeitschriften“, September 2005, 121 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, alfred.kirpal@tu-ilmenau.de
- 18 Sven Jöckel, „Digitale Spiele und Event-Movie im Phänomen *Star Wars*. Deskriptive Ergebnisse zur cross-medialen Verwertung von Filmen und digitalen Spielen der *Star Wars* Reihe“, November 2005, 31 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, sven.joeckel@tu-ilmenau.de
- 19 Sven Jöckel, Andreas Will, „Die Bedeutung von Marketing und Zuschauerbewertungen für den Erfolg von Kinospielefilmen. Eine empirische Untersuchung der Auswertung erfolgreicher Kinospielefilme“, Januar 2006, 29 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, sven.joeckel@tu-ilmenau.de
- 20 Paul Klimsa, Carla Colona G., Lukas Ispandriano, Teresa Sasinska-Klas, Nicola Döring, Katharina Hellwig, „Generation „SMS“. An empirical, 4-country study carried out in Germany, Poland, Peru, and Indonesia“, Februar 2006, 21 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 21 Klaus P. Jantke & Gunther Kreuzberger (eds.), „Knowledge Media Technologies. First International Core-to-Core Workshop“, July 2006, 204 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 22 Klaus P. Jantke, „Digital Games That Teach: A Critical Analysis“, August 2006, 30+4 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 23 Anja Klimsa, Paul Klimsa, „Standardisierung von E-Learning an der TU Ilmenau – Vorschläge zur Entwicklung und Implementierung eines E-Learning-Konzepts“, Oktober 2006, 56 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 24 Ilka Siegmund, Markus Stegmann, „Angewandte Medienwissenschaft im Praxistest – Ergebnisse einer empirischen Untersuchung zur Beurteilung der Schlüsselqualifikationen von AMW-Absolventen“, November 2006, 40 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, ilka.siegmund@tu-ilmenau.de
- 25 Klaus P. Jantke, „Layered Languages of Ludology. The Core Approach“, November 2006, 24 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 26 Klaus P. Jantke, „Eine Taxonomie für Digitale Spiele“, Dezember 2006, 20 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, klaus-peter.jantke@tu-ilmenau.de
- 27 Paul Klimsa, Anja Schneider, „State of the Art des Interaktiven TV in Deutschland“, Dezember 2006, 23 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de
- 28 Alexandra Bonchor, Paul Klimsa, „Das Repertory Grid. Exploration persönlicher Konstrukte von Kindern über das ZDF-Kindermagazin PuR.“, Januar 2007, 26 S.  
TU Ilmenau, Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, paul.klimsa@tu-ilmenau.de