



Brigitte Gasser:
Freunde und Medienfiguren verstehen. Zur Empathie bei Kindern in realen und fiktionalen Welten. Konstanz/München 2014: UVK. 258 Seiten, 39,00 Euro

Freunde und Medienfiguren

„Der Begriff Empathie ist in aller Munde und wird als Erklärungs- oder Lösungsansatz für viele Phänomene herangezogen“ (S. 9). Wenn Brigitte Gasser dieses Postulat an den Beginn ihrer Publikation stellt, so kann sie sich einerseits der Zustimmung all derer sicher sein, die in entsprechenden Bezugsräumen tätig sind. Andererseits beinhaltet die genannte pauschale Feststellung unterschweligen Zweifel daran, ob jeder, der von Empathie spricht, auch genau weiß, was mit der Begrifflichkeit gemeint ist. Gassers hier vorliegende Promotionsarbeit bietet in diesem Kontext eine wichtige Orientierung.

In einem ausführlichen theoretischen Abriss wird zunächst mit Blick auf entwicklungs- und sozialpsychologische sowie auf medienwissenschaftliche Ansätze die aktuelle wissenschaftliche Diskussion im Begriffsumfeld der Empathie reflektiert – und zwar in Bezug auf reale als auch fiktionale Welten. Der Leser findet hier nicht nur in kompakter Form eine umfassende Begriffsdarstellung, sondern er wird deutlich darauf hingewiesen, dass Empathie mit Blick auf das jeweilige Subjekt differenziert gesehen werden muss. Anschließend dokumentiert die Autorin ihre eigene Forschungsarbeit, bei der sie aus quantitativen Studien hervorgegangene Empathiekonzepte über eine qualitative Herangehensweise hinterfragt hat. Dabei geht es mit Blick auf die interessante Altersgruppe von älteren Kindern zwischen 12 und 13 Jahren um Zusammenhänge und Wechselbeziehungen zwischen empathischen Kompetenzen in beiden Welten, die das Leben der Kinder bestimmen – den Gegebenheiten des Alltags und de-

nen der Medien. Die Autorin fragt, wie sich empathische Kompetenzen im jeweiligen Bezugssystem gestalten, ob es unterschiedliche Empathiekonzepte gibt und ob sich empathische Bezüge innerhalb fiktionaler Welten hinsichtlich klassischer bzw. digitaler Medien unterscheiden. Die Probanden für die Untersuchungen fand Gasser in vier 6. Klassen der Stadt Zürich. Wichtig war ihr, dass die Kinder aus Schulgemeinden mit unterschiedlichen Sozialindizes stammten. Auch wenn die auf der Grundlage von ausführlichen Protokollen im Buch dargelegten Forschungsergebnisse bereits aus dem Jahre 2011 stammen und die befragten Personen aus einem recht eng begrenzten soziokulturellen Kreis kommen und nur auf kleine Fallzahlen zurückgegriffen werden konnte, zeigen die unter qualitativen Aspekten ermittelten Ergebnisse doch sehr interessante Tendenzen auf. Diese zwingen nicht zuletzt dazu, quantitativ angelegte Studien hinsichtlich der Mediennutzungsarten der hier betrachteten Altersgruppe differenzierter zu sehen. So werden etwa Kernerkenntnisse der Autorin bei Verallgemeinerungen hinsichtlich des Medienumgangs von Kindern bislang viel zu wenig beachtet: „Zwischen der präferierten Medienart und dem Empathiewert von Kindern besteht ein Zusammenhang. [...] Alle interviewten Kinder unter einem Empathiewert von 20 % nannten digitale Medien, TV-Filme und Computer als ihre Lieblingsmedien“ (S. 213). Je höher die Empathiewerte steigen, desto weiter verschieben sich die medialen Favoriten Richtung Bücher und neben Filmen im Fernsehen zu solchen auf anderen Trägermedien. Auch die unterschiedlichen Nei-

gungen zwischen Mädchen und Jungen heben sich mit einem steigenden Empathiequotienten nahezu auf. Eine äußerst nachdenkswerte Quintessenz aus der vorgestellten Forschung ist darüber hinaus die Feststellung: „Aufgrund der Interviews konnte bei keinem Kind eine Vermischung von realen und fiktiven Elementen in Medienangeboten oder von realen und fiktionalen Welten festgestellt werden“ (S. 197). Allerdings kann es zu Transfers empathischer Kompetenzen zwischen den Welten kommen. Dies erfolgt aber nicht so, wie vielfach befürchtet, dass Medien vordergründig für sinkende empathische Fähigkeiten im Alltag verantwortlich sind. Es ist umgekehrt: „Die Kinder lernen Empathie von klein auf im Alltag und ihre empathischen Fähigkeiten spiegeln sich in ihrem Medienverhalten“ (S. 247). Wer auf einem geringen empathischen Level Medien konsumiert, kann aus diesen auch keine entsprechenden Impulse transformieren, weil er Angebote bevorzugt, für deren Verständnis empathische Fähigkeiten nicht erforderlich sind. Umgekehrt entwickeln jene mit höherer Empathie diese in positiver Weise über Medien weiter, weil sie solche bevorzugen, die entsprechende Fähigkeiten für die Rezeption erfordern. So gesehen bedeutet die Entwicklung von Empathiekompetenz gleichzeitig eine Förderung der viel beschworenen Medienkompetenz.

Klaus-Dieter Felsmann