



**Ulla Autenrieth/Sarah Bizzarri/  
Nadja Lützel:**

*Kinderbilder im Social Web. Eine empirische Studie zu Internet-basierter Bildpräsenz und Bildnutzung von unter 12-Jährigen.* Baden-Baden 2017: Nomos. 153 Seiten, 29,00 Euro

## Kinderbilder im Social Web

Der Stellenwert visueller Kommunikation ist unumstritten – bereits seit *Video Killed the Radio Star* weiß man: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Auch bei der Mediensozialisation von Kindern und Jugendlichen stehen Produktion und Austausch von Bildern nach wie vor im Zentrum. Ulla Autenrieth, Sarah Bizzarri und Nadja Lützel stellen in *Kinderbilder im Social Web. Eine empirische Studie zu Internet-basierter Bildpräsenz und Bildnutzung von unter 12-Jährigen* die Baseler Kinderstudie und ihre Forschungsergebnisse bezüglich der Bedeutung und Funktion privater Bilder auf Social-Media-Plattformen vor. Im Rahmen der Studie wurden 24 11- und 12-Jährige qualitativ befragt – zentral dabei das Medienhandeln in Peergroup und Familie. Geführt wurden leitfadengestützte Interviews, dabei waren die Autorinnen stets bemüht, die Denk- und Verhaltensmuster der Kinder ernst zu nehmen und gleichwohl auch auf die Herausforderungen des qualitativen Interviewprozesses mit Heranwachsenden einzugehen.

Doch das Buch möchte nicht nur einen Beitrag zum Themenfeld „Kinderbilder und Social Media“ leisten, der Band soll – und kann – auch einen Einstieg in die qualitative, interviewbasierte Medienforschung mit Kindern bieten (S. 8). In Kapitel zwei (Methodologische und methodische Grundlagen der Studie) und Kapitel drei (Forschungspraktische Darstellung von Interviewführung und -auswertung) des Buches (S. 22–57) werden schrittweise die einzelnen Forschungsschritte erläutert und mit zahlreichen Hinweisen, Definitionen, Praxisbeispielen und -tipps sowie Hinweisen zur wissenschaftlichen Arbeit ergänzt. Besonders wertvoll ist der Band so für Studierende, die noch wenig Erfahrung mit wissenschaftlichen Studien oder qualitativer Forschung haben.

Die in der Studie untersuchte Altersgruppe der 11- und 12-Jährigen ist vielfältig und spannend, vorgestellt werden die befragten Kinder in kurzen Nutzungsporträts: Burak nutzt YouTube, Instagram und WhatsApp – jedoch kein Facebook. Von seinem Instagram-Konto wissen seine Eltern nichts. Auch Damian versteckt sein Social-Media-Profil vor seinen Eltern.

Jasmin ist auf zahlreichen Plattformen aktiv, guckt sich dabei aber lieber die Bilder ihrer Freundinnen und Freunde an, als selbst Bilder hochzuladen. Lukas und Valentina hingegen posten gerne Bilder von sich, legen dabei viel Wert auf ihre Selbstdarstellung. Luca und Arben haben von ihren Eltern Regeln bekommen, inwiefern sie Dienste nutzen und Bilder veröffentlichen dürfen.

Bei den Befragten besteht bereits eine technische Vollausrüstung mit Geräten und Internetzugängen sowie jahrelange Erfahrung mit dem Internet, dennoch sind sie altersbedingt in Medienfragen noch stark durch elterliche Entscheidungen geprägt: Die Autorinnen beschreiben das Bild- und Social-Media-Handeln der Kinder als repräsentativ für die vorpubertäre Entwicklungsphase und schreiben ihm eine große Rolle bezüglich der Selbstwahrnehmung/-darstellung und als verbindendes Element innerhalb der Peergroup zu. Interessant sind dabei nicht nur die Studienergebnisse in Bezug auf die Verbreitung ihrer eigenen Bilder auf Social-Media-Plattformen, sondern auch die zum Medienhandeln der Eltern (S. 104 ff.). Wird häufig diskutiert, welche und wie viele Bilder Kinder und Jugendliche posten, teilen oder verbreiten sollten, so wird der Aspekt, welche Bilder die Eltern – oft ungefragt und unreflektiert – von ihren Kindern online veröffentlichen, nicht selten ausgeblendet. Ein Bikinibild der Tochter online für Eltern ein absolutes No-Go, doch dieselbe Tochter als Kleinkind nackt in der Badewanne eine – vermeintlich – harmlose Kindheitserinnerung? Eine Mehrheit der befragten Kinder wünscht sich hier ein größeres Mitspracherecht (S. 133). Die Studienergebnisse bieten auch die Möglichkeit, zahlreiche Rückschlüsse auf die verschiedenen Medienerziehungsstrategien der Eltern (Stichwort: Parental Mediation) zu ziehen. Ein Teil der Forschungsergebnisse ist deckungsgleich mit denen der gängigen Studien im deutschsprachigen Raum, dennoch ist es sehr wohl erfreulich, wenn qualitative und quantitative Forschung zu vergleichbaren Ergebnissen kommen. Die Studienergebnisse wurden nicht nur in Form des Buches veröffentlicht, sondern flossen auch in den Elternguide *Zu nackt fürs Internet? Tipps und Informationen für Familien zum Umgang mit Kinderfotos im Netz* der Uni Basel ein (S. 136–142).

Die Studie geht der bevorzugten Nutzung und den Darstellungsstrategien sowie familiären Regelungen zum Mediengebrauch der – wissenschaftlich noch wenig betrachteten – 11- und 12-Jährigen nach und präsentiert solide Forschungsergebnisse. Die ausführliche Veranschaulichung des methodischen Vorgehens macht den Band zudem zu einem hilfreichen Einstieg in die qualitative Medienforschung mit Kindern.

Laura Keller