



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Was glauben Eltern über die Fernsehnutzung
ihrer Kinder zu wissen?“

Ergebnisse einer explorativen Vorstudie.

Verfasserin

Sylwia Pawlus-Kwaśnicki

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag.rer.soc.oec.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt
Studienrichtung lt. Studienblatt
Betreuer

A121
Soziologie (sozial-/wirtschaftsw.Stud.)
Univ.-Prof. Dr. Rudolf Richter

ERKLÄRUNG ZUM SELBSTÄNDIGEN VERFASSEN DER ARBEIT

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst habe, dass ich keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe und dass ich die Arbeit, beziehungsweise Teile davon, weder im In- noch im Ausland einer Beurteilerin oder einem Beurteiler zur Begutachtung als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Wien, 2012

DANKSAGUNG

Für vielseitige Unterstützung beim Zustandekommen der vorliegenden Arbeit möchte ich mehreren Personen meinen aufrichtigen Dank aussprechen.

Meine Dankbarkeit gilt zunächst allen Interviewpartnern und –partnerinnen. Für die aufgewendete Zeit und ihre Offenheit bedanke ich mich an dieser Stelle noch einmal besonders herzlich.

Weiters danke ich Univ.-Prof. Dr. Rudolf Richter, da er mich von der Themenfindung bis hin zur Fertigstellung dieser Arbeit als Betreuer unterstützt hat.

In privater Hinsicht schulde ich meinen Eltern und meinen Geschwistern besonderen Dank, die mich während des Studiums und der Erarbeitung der vorliegenden Diplomarbeit begleitet und unterstützt haben.

Ganz besonderer Dank gilt meinem Mann, für seine immer wieder motivierenden Worte, seine Unterstützung und für seine Geduld, die er mir stets entgegengebracht hat.

VORWORT

Im Laufe des Studiums war mein Interesse vorwiegend familiensoziologischen Themen gewidmet. Letztendlich fiel die Entscheidung für ein Thema, welches nicht nur der Familiensoziologie, sondern auch der Mediensoziologie und der Medienpädagogik unterzuordnen ist.

Als Verfasserin dieser Diplomarbeit war es mir insbesondere wichtig das von mir gewählte Thema so aufzuarbeiten, dass ein wissenschaftlicher Aufbau nachvollzogen werden kann und die wichtigsten Denkansätze zu diesem Thema wiedergegeben werden. Nicht minder von mir angestrebt, war die soziologische Aufarbeitung meiner Fragestellung. An dieser Stelle möchte ich betonen, dass es sich bei dieser Diplomarbeit als eine von mir als ausdrücklich formulierte explorative Studie handelt.

Ich möchte im Zuge des Vorworts auf den Aufbau meiner Arbeit hinweisen. Diese gliedert sich in zwei Teile. In den theoretischen und empirischen Teil.

Im ersten Teil widme ich mich den wichtigsten theoretischen Konzepten und begrifflichen Bestimmungen, die in dieser Arbeit von großer Relevanz sind. Hier liegt der Fokus auf den für diese Arbeit wichtigsten Themen, die als theoretischer Hintergrund im Hinblick auf die Fragestellung dargestellt werden sollen.

Im zweiten Teil der Arbeit steht die methodische Vorgangsweise der vorliegenden Arbeit im Mittelpunkt. Nach der Erläuterung meiner Entscheidung für einen qualitativen Forschungsprozess beschreibe ich die angewandten Methoden der Erhebung und Auswertung, und stelle mein erhobenes Datenmaterial vor. Mit der Darstellung der empirischen Ergebnisse schließt diese Arbeit ab.

INHALTSVERZEICHNIS

<i>EINLEITUNG</i>	7
<i>THEORIE</i>	12
1. DIE FASZINATION FERNSEHEN	12
1.1. <i>Zur Definition von Medium, Fernsehen und Mediennutzung</i>	12
1.2. <i>Fernsehen als gesamtgesellschaftliches Phänomen</i>	17
1.3. <i>Funktionen des Fernsehens</i>	21
1.4. <i>Medienkindheit</i>	25
1.4.1. <i>Verändertes Medien- und Freizeitverhalten von Kindern</i>	25
1.4.2. <i>Wie Kinder das Leitmedium Fernsehen nutzen</i>	27
1.4.3. <i>Fernsehspezifisches Verhalten</i>	31
1.4.4. <i>Motive, Bedürfnisse, Erwartungshaltungen</i>	32
2. MEDIENSOZIALISATION UND MEDIENERZIEHUNG	36
2.1. <i>Sozialisation im Medienkontext</i>	36
2.2. <i>Vermittlung von Medienkompetenz als Teil der Erziehung</i>	40
3. WIRKUNGEN DES FERNSEHKONSUMS	44
3.1. <i>Thesen der Wirkungsforschung</i>	46
3.2. <i>Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung</i>	48
<i>EMPIRISCHER TEIL</i>	51
4. WISSENSCHAFTLICHE METHODIK	51
4.1. <i>Datenerhebung</i>	51
4.2. <i>Stichprobengröße und Auswahl der Befragten</i>	51
4.3. <i>Erhebungsmethode</i>	52
4.4. <i>Leitfaden</i>	52
4.5. <i>Einstiegsfrage</i>	52
4.6. <i>Gesprächsführung</i>	52
4.7. <i>Datenerfassung</i>	53
4.8. <i>Datenauswertung</i>	53

5.	ZUSAMMENFASSUNG DER EMPIRISCHEN ERGEBNISSE.....	54
5.1.	Warum Kinder fernsehen.....	54
5.1.1.	Mittel gegen Langeweile.....	55
5.1.2.	„Am Laufenden sein“ als ein Muss.....	56
5.1.3.	Kinder brauchen Vorbilder.....	57
5.1.4.	Einblicke in das Erwachsenenleben.....	58
5.2.	Die Bedeutung vom Fernseher.....	59
5.2.1.	Leben ohne Fernseher vorstellbar: ja / nein.....	59
5.3.	Die Erziehung zum bewussten Umgang mit dem Fernseher.....	61
5.3.1.	Eltern als Vorbilder.....	61
5.3.2.	Bewusstes Aussuchen von Fernsehsendungen.....	62
5.3.3.	Fernseher als eines von vielen Gestaltungsmöglichkeiten der Freizeit.....	64
5.3.4.	Wenn Kinder alleine fernsehen.....	65
5.3.4.1.	Vertrauen und Kontrolle.....	65
5.3.5.	Geregelte Fernsehzeiten.....	68
5.4.	Bedenken bezüglich des Fernsehkonsums.....	71
5.4.1.	Angst vor inadäquaten Inhalten.....	71
5.4.1.1.	Inhaltliche Überforderung.....	71
5.4.1.2.	Das Verschwinden von Tabuthemen.....	73
5.4.1.3.	Angst vor zu viel Gewalt und Sex.....	74
5.5.	Über die Bedeutung der Unterhaltung.....	75
5.6.	Absprache zwischen den Eltern.....	76
6.	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	77
7.	LITERATURVERZEICHNIS.....	79
8.	ANHANG.....	88
8.1.	Interviewleitfaden für Eltern.....	88
8.2.	Interviewleitfaden für Kinder.....	88
8.3.	Lebenslauf.....	89
8.4.	Abstract.....	90

EINLEITUNG

Problemaufriss

In unserem Alltag haben Massenmedien im Laufe der Zeit einen festen Platz eingenommen (Neumann-Braun 2000: 181). Sie haben sich neben Familie, Schule und Beruf, als wichtigste Sozialisationsinstanz etabliert (Hüther 1980: 68). Außerdem wissen wir das was wir über die Gesellschaft in der wir leben wissen, aus den Massenmedien (Volkman/Schimank 2006: 87). Unter diesen Medien werden Zeitungen, Zeitschriften, der Rundfunk, Film und Fernsehen verstanden. Diese Massenkommunikationsmedien werden auch als wichtige Bestandteile der heutigen Kulturindustrie definiert. Zu diesen Bestandteilen gehören, so Adorno (1996: 343), auch Institutionen, wie beispielsweise die der Kulturpflege, also Museen, Theater, Festivals, Buchwesen etc. Adorno macht auch diese zum System der Kulturindustrie zusammengeführten Institutionen verantwortlich für die Sozialintegration, für den Prozess der Wirklichkeitskonstruktion, für die Sinnvermittlung in der Gesellschaft als auch für die Bewusstseinsbildung der Subjekte.

Im Zuge dieser Diplomarbeit, habe ich entschieden mich ausschließlich mit dem Medium Fernsehen zu beschäftigen. Ich habe mich für ein Medium von vielen entschieden, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen und das große Themengebiet auf diese Weise einzuschränken. Die Entscheidung fiel auf den Fernseher, bzw. das Fernsehen, weil es als das Leitmedium der aktuellen Massenkommunikation in unserer Gesellschaft gilt (Bachmair 1994: 31). Kinder wachsen heute in einer Welt der Medien auf. Bereits im frühen Kindesalter werden sie mit dem Angebot verschiedener Medien konfrontiert. So ist es heute auch selbstverständlich, dass der Fernseher ein zentraler Bestandteil unserer Informationsgesellschaft ist, mit dem Kinder aufwachsen (Aufenanger et al 1996: 11). Nach Burkart existiert wohl kaum ein technisches Gerät dem so ein besonderer Stellenwert zukommt, wie dem Fernseher, der auch aus dem Alltag der meisten Menschen in den modernen Industriegesellschaften nicht mehr wegzudenken ist (Burkart 2002: 316). Medienerfahrungen sind auf diese Weise zu einem Aspekt der persönlichen Lebensgeschichte von Kindern, Jugendlichen und Eltern geworden.

Außerdem sind diese Erfahrungen zum einen als Alltagserfahrungen anzusehen und zum anderen als Teil familialer Sozialisation (Barthelmes/Sander 1990: 5).

Schon relativ früh stand das Thema Fernsehen und Kind im Zentrum öffentlichen Interesses. Von unterschiedlichen Institutionen und Einrichtungen wurde über die Inhalte diskutiert auf die Kinder im Fernsehen stoßen. Auch über die Art der Vermittlung, sowie der damit zusammenhängenden Wirkungen, die man angenommen hatte, wurde diskutiert (Basic et al 1997: 9). Heute ist das Fernsehen zu einem Element der unmittelbar erlebten familialen Umwelt geworden, in der Kinder mit ihren Bezugspersonen leben (Hurrelmann et al 1996: 22).

Die Rolle der Massenmedien, zu dem auch der Fernseher gehört, liegt nicht nur darin Informationen zu speichern, sondern auch Informationen zu übermitteln. Sie tragen wesentlich zur Welt- und Wirklichkeitsvermittlung bei. Dabei werden wichtige Strukturierungs- und Selektionsfunktionen übernommen. Medien filtern und rekonstruieren Wirklichkeiten, die sie den Rezipienten als einigermaßen zutreffende, also „wahre“ Abbilder empirischer Wirklichkeiten anbieten (Neumann-Braun 2000: 32, 33). Aus all diesen Angeboten, mit denen Kinder überhäuft werden, suchen sie sich jene aus die sie interessieren, weil sie nach Inhalten suchen die Orientierungs- und Handlungshilfen bieten, die zudem unterhalten und informieren können (Basic et al 1997: 11). Das Fernsehen, als Teil des Mediensystems, greift mit seinen Kommunikationsofferten viel unmittelbarer in die familiäre Interaktions- und Kommunikationsprozesse selbst ein. „Es ist im unmittelbaren Nahraum der Familie für alle Teilnehmer präsent: Es nimmt teil an der Strukturierung des gemeinsamen Alltags, macht sich als gruppenspezifischer Faktor geltend, vermittelt Ansichten der gesellschaftlichen Außenwelt direkt in den Binnenraum der Familie hinein“ (Baacke 1989 zit. n. Hurrelmann et al 1996: 22).

In seiner Einschätzung durch das Publikum hat das Fernsehen eine Entwicklung hinter sich, die man laut Stolte als „Veralltäglichung“ beschreiben könnte. In den 60er Jahren übte das Fernsehen noch eine Faszination aus. Diese ist mittlerweile weitgehend geschwunden und man sieht dieses Medium als eines neben anderen. Dennoch ist der Zeitaufwand für das Fernsehen nicht geringer geworden. Und außerdem kann festgestellt werden, dass das Fernsehen, wegen seiner Unterhaltungsfunktion, für sehr

viele Zuschauer unverzichtbar geworden ist (Stolte/Heygster 1980: 41). Denn natürlich wird das Medium Fernsehen vorwiegend zum Zweck der unterhaltsamen Zerstreuung und des problemfreien Zeitvertreibs genutzt (Hüther 1980: 68).

Das große Medienangebot bzw. die überragende Medienüberflutung hat, und das lässt sich nicht abstreiten, einen großen Einfluss auf den Alltag bzw. auf die Alltagsorganisation eines jeden Familienmitglieds, worauf Hurrelmann ausdrücklich hinweist. Sie ist der Meinung, dass die systemischen Voraussetzungen Einfluss auf die Art haben, wie Familien ihren Alltag organisieren, wie sie ihre Beziehungen gestalten und wie sie den Kindern die außerfamiliale Umwelt erschließen. Allerdings hängen die Gestaltung des Tagesablaufs, die Möglichkeiten und Formen der Kommunikation untereinander nicht zuletzt von der Familienform ab. An dieser Stelle betont Hurrelmann auch die Rolle des Fernsehers. Denn dieser gliedert sich in die Alltagsorganisation der Familie ein, konstituiert sie sogar nicht selten mit (vgl. Hurrelmann et al 1996: 160).

Theoretischer Hintergrund und Stand der Forschung

An dieser Stelle möchte ich in einigen Worten zusammenfassen, auf welcher Grundlage ich mir einen Überblick über den theoretischen Hintergrund als auch über den Stand der Forschung verschaffen habe. Die Literaturliste umfasst sowohl Lehrbücher, Publikationen als auch Artikel aus Fachzeitschriften.

Begonnen habe ich mit der Recherche von Fachzeitschriften über die elektronische Zeitschriftenbibliothek der Universität Wien. Hier haben mich insbesondere die Fachzeitschriften Publizistik, Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Österreichische Zeitschrift für Soziologie und die Zeitschrift für Familienforschung interessiert. So habe ich mir aufgrund der publizierten Artikel einen Überblick über wichtige Themenblöcke verschaffen können. Ich habe auch die publizierten Buchrezensionen genutzt um meine Literaturliste um weitere bedeutende Werke zu ergänzen, die ich in der jeweiligen Fachbibliothek aufgesucht habe.

Ich verzichte an dieser Stelle auf die Darstellung der wichtigsten Studien zu diesem Thema, da ich auf die essentiellen Ergebnisse der jeweiligen Studien als auch die bedeutendsten theoretischen Ansätze, die für meine Arbeit einen wichtigen Bestandteil darstellen, im Laufe der Diplomarbeit näher eingehen oder hinweisen werde.

Forschungsfrage

Zum Thema Kind und Fernsehen wurden Studien durchgeführt, deren Fokus vorwiegend auf dem Medienumgang bzw. auf dem Medienverhalten der Kinder und deren Eltern beruhte. Durchgeführt wurden auch Fernsehprogrammanalysen um Kriterien kindgerechter Programme zu eruieren. Bei all diesen Studien wurde meine Fragestellung entweder gar nicht oder lediglich am Rande behandelt.

Das Ziel meiner Arbeit liegt nun darin eine explorative Studie durchzuführen und dabei ein Thema zu untersuchen welchem bis dato keine große Bedeutung in der wissenschaftlichen Forschung beigemessen wurde.

Es soll erfasst werden, was Eltern über die Einstellung ihrer Kinder zum Fernsehen und über deren Fernsehrezeption glauben zu wissen. Ziel der Arbeit ist es zu untersuchen ob und wie sich Eltern damit befassen, welche Einstellungen und Erwartungshaltungen ihre Kinder bezüglich des Fernsehens haben und außerdem inwiefern Eltern den Fernsehkonsum ihrer Kinder richtig einschätzen. Der Fokus liegt hier nicht darin welche Programme, Sendungen etc. Kinder gerne sehen und wie viel Zeit sie diesem Medium widmen, sondern vielmehr darum zu erfassen, ob sich Eltern mit Kindern über das Thema Fernsehen ausreichend unterhalten, so dass sie auch deren Meinungen bezüglich dieses Mediums kennen.

Somit liegt mein Augenmerk besonders auf der Erfassung dessen, inwiefern innerhalb der Familien Kommunikation über das Fernsehen stattfindet, d.h. wie bewusst mit diesem Medium in den Familien umgegangen wird. In diesem Zusammenhang ist es beinahe unumgänglich zu erfragen, weshalb es Eltern wichtig oder vielleicht auch

weniger wichtig ist, zu wissen wie sich der Fernsehkonsum ihrer Kinder, vor allem derer im Alter zwischen 8 und 10 Jahren, gestaltet.

Die Fragestellung an sich ist deshalb so wichtig, weil Kommunikation sowie jegliche Medien- und Kommunikationsmittel einen nicht unbedeutenden Teil innerhalb von Familien einnehmen. Sich über den Alltag und Erfahrungen und über Situationen zu unterhalten mit denen man ständig konfrontiert ist, ist unabdingbar. Vor allem für Kinder die mitten in der Entwicklungsphase stehen. Und deswegen ist es für mich sehr wichtig zu erforschen, wie Kinder Kommunikationsmedien gegenüberstehen, die ihre Entwicklung prägen und ob Eltern ihre Meinungen und Einstellungen kennen.

THEORIE

1. DIE FASZINATION FERNSEHEN

Im folgenden Kapitel werden theoretische Konzepte vorgestellt, die den Rahmen für diese Arbeit bilden. Dabei wird zuerst geklärt, wie der Begriff „Medium“ und „Fernsehen“ zu verstehen ist. Danach wird auf die Bedeutung des Fernsehens im Alltag eingegangen, woraufhin die Funktionen des Fernsehens erläutert werden. Zum Abschluss dieses Kapitels wird erklärt was unter Medienkindheit zu verstehen ist und welche Rolle dabei der Fernseher einnimmt.

1.1. Zur Definition von Medium, Fernsehen und Mediennutzung

Der Fernseher ist heute ein alltägliches Medium. Der Begriff *Medium* lässt sich allerdings nicht auf eine Definition festlegen, denn es liegen diesbezüglich eine große Zahl an kommunikations- und medienwissenschaftlichen Grundverständnissen vor. Es besteht keine Einigkeit über eine bestimmte Verwendungsweise, noch gibt es im Hinblick auf die unterschiedlichen Medienbegriffe, -modelle, -typologien und -klassifikationen eine klare Vorstellung davon, welche Phänomene darunter fallen sollen und welche nicht. Es handelt sich hierbei um einen Begriff der heterogen und äußerst unklar ist. Und obwohl das Wort Medium eine ganze Reihe verschiedener Dinge bezeichnet, so ist das Medium als Kommunikationsmittel die heute am weitesten verbreitete Bedeutung. Medien sind unterschiedlichste Gegenstände, mit deren Hilfe sich Kommunikation erzeugen lässt. Ein Medium ist das was zwischen Menschen tritt und sie miteinander verbindet (Mock 2006: 183 ff). Bentele und Beck definieren Kommunikation als Signal- oder Informationstransfer zwischen einem Sender und einem Empfänger. Genauer als „intentionale Informationsübertragung zwischen zwei oder mehr Systemen, die der Informationsabgabe und -aufnahme fähig sind“ (Bentele/Beck 1994: 21). Als Medien können alle Einzelmedien einbezogen werden, welche im Alltag von Kindern und Jugendlichen für private und öffentliche Kommunikation eine Rolle spielen (Süss 2004: 56). Im Zuge dieser Diplomarbeit wird

der Fokus dabei nur auf das Medium Fernsehen gelegt, denn dieses räumt im Medienalltag von Eltern und Kindern den größten Platz ein.

Medium kann, so Faulstich (2004: 13), in drei verschiedenen Verwendungszusammenhängen gesehen werden. Im *allgemeinen Sprachgebrauch* spricht man vom Fernsehen als „Mittel“ oder „Vermittelndes“. Als *Fachbegriff* wird Medium in verschiedenen Disziplinen verwendet. In diesem Sinn spricht die Pädagogik von den „Unterrichtsmedien“, die Literaturwissenschaft vom „Medium Literatur“, die Musikwissenschaft vom „Medium Musik“ usw. In diesem Zusammenhang spielt aber der Medienbegriff keine zentrale Rolle für die jeweilige Fachwissenschaft, vielmehr wird „Medium“ in der Regel nur im übertragenen Sinn gebraucht und es dominiert der Charakter des Instrumentellen. Schließlich findet der Begriff Medium Eingang in *verschiedene komplexere theoretische Bedeutungen*. Hier kann man nicht mehr lediglich von Begriffen oder Worten sprechen, sondern hier werden komplexere theoretische Bedeutungen von „Medium“ als spezifisches Phänomen entwickelt. Alleine in der Terminologie unterscheiden sich diese Auffassungen beträchtlich voneinander. In der Kommunikationssoziologie und Massenkommunikationsforschung beispielsweise spricht man vom Medium als „technischer Kanal“. In der Soziologie spricht man vom Medium wiederum als „gesellschaftliche Interaktion“.

Charlton und Neumann-Braun (1992) fassen unter dem Begriff Medien für Kinder eine breite Variante verschiedenster Medien zusammen. Darunter verstehen sie Bücher und Kinder(werbe)zeitschriften und –zeitungen, elektronische Medien wie Fernsehen und Film, Tonträger und Rundfunk, die „neuen Medien“ wie z.B. der Computer, aber auch, so Charlton, essbares Spielzeug oder auch Bettzeug mit einer bestimmten Comicfigur oder Tapeten mit dergleichen.

Der Begriff Medium bzw. Medien umfasst, sodann verschiedene Aspekte, wobei es hier besonders zwei zu unterscheiden gilt (vgl. ebd.: 101 ff):

Unter dem *technischen Aspekt* sind, aus der Sicht der Rezipienten, die Empfangs- und Wiedergabegeräte (z.B. Fernsehgerät) bzw. –objekte (z.B. Zeitung, aber auch das Spielzeug) gemeint. Aus der Sicht der Produzenten ist darunter die gesamte Medientechnik sowie die gesamte Infrastruktur zur Herstellung und Verteilung von

Medienangeboten gemeint. Unter diesem Aspekt werden also technische Verbreitungsmittel, gleichsam als Transportkanäle für Botschaften, verstanden.

Unter dem *semiotischen Aspekt* ist hier, aus der Sicht der Produzenten, als auch der Rezipienten, das „Kommunikat“ zu verstehen. Sprich die Medienbotschaft, die medienvermittelt produziert und rezipiert wird. Unter dem Begriff Medien wird hier vielerlei gefasst. Hierzu zählt einerseits die Sprache und andere Zeichensysteme (z.B. Bildcodes), über die Rezipienten Bedeutung und Sinn austauschen. Andererseits zählen hierzu Deutungsschemata und Skripts, die die Welt sinnhaft verfassen.

Das *Fernsehen* kennt In der Alltagssprache, so Faulstich (1979) drei Bedeutungsvarianten:

- (1) „Das Fernsehen“ figuriert als weithin anonyme, autoritätsheischende, sozialkulturelle Institution; es ist nur denen bekannt und zugänglich, die darin arbeiten, oder jenen die sich aufgrund eines Amtes oder Berufs mit ihm befassen oder über es verfügen.
- (2) Im Fernsehen“ werden unzählige Sendungen, ein überschaubares Gesamtprogramm angeboten, dem man sich per Knopfdruck konzentriert, selektiv oder beiläufig widmen kann.
- (3) „Beim Fernsehen“ entspannt, unterhält, ärgert man sich. Fernsehen wird erlebt als eine der verbreitetsten und zeitlich expansivsten, aber irgendwie unausweichlichen Freizeitbeschäftigungen (vgl. Faulstich 1979: 85).

Für die Bedeutung des Fernsehens für Familien sind die beiden Bedeutungsvarianten (2) und (3) sehr zutreffend, was sich im empirischen Teil dieser Diplomarbeit erweisen wird.

Fernsehen ist in dieser Arbeit als „technisches Empfangs- und Wiedergabegerät“ (Charlton 1992) zu sehen, über welches unzählige Sendungen rezipiert werden können. Außerdem ist es ein zentrales „gesellschaftliches Verständigungsmittel“ (Hickethier 1999: 204). Das Fernsehen und andere Medien sind „Verwendungsweisen bestimmter Kommunikationsmittel (...) für bestimmte kommunikative Zwecke (...). Sie sind

Formen des sozialen und institutionalisierten Gebrauchs von Mitteln der Kommunikation, die ihren Ausdruck finden in der Herausbildung und Stabilisierung bevorzugter (...) Verwendungsweisen dieser Mittel und deren Einbindung in den Alltag der Menschen“ (Mock 2006: 194).

Von *Mediennutzung* spricht man grundsätzlich, wenn zwischen Mensch und Medienangebot ein Kontakt zustande kommt. Mediennutzung wird laut Hasebrink (2001: 333) und Meyen (2004) in Medienauswahl, Medienrezeption und Medienaneignung unterschieden.

Aufgrund des Forschungsinteresses dieser Arbeit liegt es Nahe sich genauer den Teilbereichen bzw. Perspektiven der Mediennutzungsforschung zuzuwenden. Diese lassen sich nach Meyen (2004: 10) und Schweiger (2007: 21) folgendermaßen beschreiben:

Medienauswahl

Die Forschung im Bereich der Medienauswahl fragt nach der Ursache und dem Impuls, der einen Nutzer sich zu bestimmten Medieninhalten zuwenden lässt. Die Medienauswahl wird als funktionale Perspektive beschrieben. Die Ursachen für Mediennutzung können kognitiv, affektiv oder sozial bedingt sein, auch Identität und Zeit spielen hier eine große Rolle. Die Wirkungen finden sich in den Medienpräferenzen und Mediennutzungsmustern wieder. Lukesch (1991: 2) beschreibt diese Nutzung als funktional gedachte Verwendung oder als eine funktional erlebte Verwendung von Medien im Alltagsleben. Dieses Verständnis von Mediennutzung bezieht sich auf die persönlichkeitspezifischen und situationsbezogenen Verwendungsweisen der Massenmedien, denen Motivationen bzw. Zwecke zugrunde liegen, die mit erreichter Medienkompetenz befriedigt werden können.

Medienrezeption

Die Medienrezeption untersucht die emotionalen und kognitiven Prozesse des Menschen während der Nutzung und wird als strukturelle Perspektive

genannt. In dieser Perspektive wird von der Leitfrage ausgegangen unter welchen Bedingungen Menschen Medien nutzen. Zu den Ursachen gehören hier unterschiedliche Bedingungen, die sowohl das Individuum, das soziale Umfeld, die Gesellschaft als auch das Mediensystem betreffen. Die Wirkungen finden sich hier in der Mediendiffusion, -aneignung, -nutzung, und in der Publikumsstruktur wieder.

Medienaneignung

Die Cultural Studies unterscheiden den Begriff der Medienrezeption von dem der Medienaneignung, um deutlich zu machen, dass Menschen Medieninhalte in Beziehung zu ihrer Alltagswelt setzen und Bedeutungen nicht einfach übernehmen, d.h. rezipieren, sondern selbst konstruieren. Hier ist die Leitfrage wie Menschen mit Medien umgehen. Die Ursachen reichen von situativen Einflüssen, über den Rezipient bis hin zum Kontext. Bei den situativen Einflüssen geht es um die Medien selbst, speziell um den Inhalt, die Darstellung, die Handhabung, die Glaubwürdigkeit. Beim Rezipient selbst spielen Emotionen, Stimmungen, Bedürfnisse und Erwartungen eine entscheidende Rolle. Spricht man hier vom Kontext, so wird die Zeit, der Ort, die soziale Umwelt, sogar das Wetter etc. gemeint. Die Wirkungen sind hier typische Mediennutzungsepisoden mit Selektions- und Rezeptionsprozessen.

1.2. Fernsehen als gesamtgesellschaftliches Phänomen

Das Fernsehen ist zu einem gesamtgesellschaftlichen Phänomen geworden, welches sich nicht überwiegend positiver, sondern negativer Diskussionen erfreut. An dieser Stelle wird im folgenden auf die wohl wichtigsten kritischen Auseinandersetzungen mit diesem Phänomen eingegangen.

„Was uns prägt und entprägt, was uns formt und entformt, sind eben nicht nur die durch die „Mittel“ vermittelten Gegenstände, sondern die Mittel selbst, die Geräte selbst: die nicht nur Objekte möglicher Verwendung sind, sondern durch ihre festliegende Struktur und Funktion ihre Verwendung bereits festlegen und damit auch den Stil unserer Beschäftigung und unseres Lebens, kurz: uns.“ (Anders 1996: 100).

Schon Günther Anders betrachtete das Fernsehen nicht bloß als „Mittel“, dem man bestimmte Zwecke anhängen kann (Anders 1996). Bezogen auf einen Artikel der Wiener „Presse“ vom 24.12.1954, „daß das Fernsehen ein ausgezeichnetes Mittel ist, die jungen Leute von kostspieligem Zeitvertreib abzuhalten, die Kinder ans Haus zu fesseln (...) und den Zusammenkünften der Familie einen neuen Reiz zu geben“ erwidert Anders, dass die Chance, die diese Art von Konsum in Wirklichkeit enthält, darin besteht, die Familie vollends aufzulösen. Aufgelöst wird sie, denn das was durch TV zu Hause herrscht, ist die gesendete – wirkliche oder fiktive – *Außenwelt*. Diese *Außenwelt*, von der Anders spricht, herrscht so uneingeschränkt, dass sie damit die Realität des Heims – nicht nur der vier Wände und des Mobiliars, sondern eben die des gemeinsamen Lebens, ungültig und phantomhaft macht. Denn wenn das Ferne zu nahe tritt, entfernt oder verwischt sich das Nahe (vgl. ebd: 105). Aufgrund des Fernsehens, herrscht zudem in der Familie kein wahres Miteinander, sondern ein Nebeneinander. Denn der Fernseher nimmt die Rolle des runden Tisches ein, bei dem Kommunikation in der Familie stattfand, so Anders (ebd.: 106). Ein weiterer Kritikpunkt an das Fernsehen liegt darin, dass die Behandlung des Menschen als Belieferung ins Haus vor sich geht, die sich von der mit Gas oder Elektrizität in nichts unterscheidet. Was zugestellt wird, sind allerdings nicht nur Kunstprodukte, wie etwa Musik, sondern die wirklichen Geschehnisse. Mindestens diejenigen, die als „Wirklichkeit“ oder an Stelle dieser für uns ausgewählt, chemisch gereinigt und präpariert werden (vgl. ebd: 110).

„Das Fernsehen (...) ist eine Technologie des freien Eintritts, die keine praktischen, ökonomischen, wahrnehmungs- oder vorstellungsspezifischen Schranken kennt. (...) jeder ist gleichermaßen qualifiziert, mitzuerleben, was das Fernsehen anzubieten hat“ (Postman 2006: 100).

Der Medienkritiker, Neil Postman, kritisierte den prägenden Einfluss der elektronischen Medien auf die Kindheit. Er behauptet, dass das Fernsehen die Kindheit verändert. Denn es wird die Exklusivität des Wissens über den Lauf der Welt und damit einer der Hauptunterschiede zwischen Kindheit und Erwachsenenalter getilgt (ebd. 100). Das Fernsehen verändert die Kindheit aus drei Gründen. Erstens, weil es keiner Unterweisung bedarf, um seine Form zu begreifen, zweitens, weil es weder an das Denken noch an das Verhalten komplexe Anforderungen stellt, drittens, weil es kein Publikum gliedert. Zudem gibt das Fernsehen keine kognitiven Rätsel mehr auf (vgl. ebd.: 94). Das Fernsehen ist somit ein egalitäres Kommunikationsmedium welches auch die gesprochene Sprache übertrifft. Wenn wir sprechen, können wir auch flüstern, damit Kinder etwas nicht hören. Wir können auch Wörter verwenden, die sie nicht verstehen. Das Fernsehen allerdings kann nicht flüstern und seine Bilder sind konkret und selbsterklärend. So sehen Kinder alles, was das Fernsehen vorführt (ebd.: 100). Fernsehen schläft auch den Verstand ein und die konkreten Bilder lassen auch keinen Platz für Fantasien mehr zu. Außerdem werden Erwachsenengeheimnisse wie Sexualität und Gewalt aufgedeckt und so für alle einsehbar. Allerdings kann es ohne Geheimnisse, so Postman, keine Kindheit geben (ebd.: 97 ff). Das Fernsehen, um begriffen zu werden, darf nicht als Maschine, sondern als Medium gesehen werden. Das Fernsehen hat den Anspruch zu unterhalten, allerdings ist die Unterhaltung selbst nicht das Problem. Das Problem ist die Tatsache, dass Unterhaltung zum Rahmen aller Erfahrungen gemacht wird. Jedes Thema wird als Unterhaltung präsentiert. Denkprozesse werden im Fernsehen nur selten thematisiert oder gezeigt, denn Denken kommt bei den Fernsehzuschauern nicht gut an, weil es dabei nicht viel zu sehen gibt (ebd.: 105 ff).

Marshall McLuhan fasste als einer der ersten, großflächige gesellschaftliche Veränderungen durch das Fernsehen ins Auge. Seine zentrale Überlegung war, dass alle Medien im wesentlichen Erweiterungen bestimmter menschlicher Anlagen darstellen.

So etwa das Rad die Erweiterung des Fußes, die Kleidung die Erweiterung der Haut etc. Medien verändern unsere Umwelt, unsere Kultur und damit uns selbst. Zudem trete im Fall der elektronischen Medien, insbesondere Radio und Fernsehen, eine weltweite elektrische Verschmelzung und eine gegenseitige Abhängigkeit ein (Mc Luhan 1968: 57 zit. nach Burkart 2002: 317, 318). Das Fernsehen bezeichnete er als die Ausweitung des zentralen Nervensystems des Menschen (McLuhan 1994: 480) diese wird in der Verstärkung der Sinne deutlich. So ist das Radio eine Erweiterung des Gehörs, die Fotografie erweitert den Gesichtssinn, aber das Fernsehen ist vor allem „eine Erweiterung des Tastsinns, der ein optimales Wechselspiel der Sinne mit sich bringt“ (vgl. ebd.: 502).

Joshua Meyrowitz vertritt die Auffassung, dass „die elektronischen Medien, insbesondere das Fernsehen, eine ungeheure Auswirkung auf den Ortsinn haben. Sie haben vorher getrennte soziale Situationen kombiniert, die Trennungslinie zwischen privatem und öffentlichem Verhalten (...) verschoben und die Beziehung zwischen sozialen Situationen und physischen Orten geschwächt“ (Meyrowitz 1987: 207). Als elektronisches Medium hat das Fernsehen auch die Tendenz uns in Themen einzubeziehen, von denen wir früher dachten, dass sie uns „nichts angehen“. So lässt uns das Fernsehen in die Gesichter von Mördern und Präsidenten sehen und macht physische Barrieren und Übergänge relativ bedeutungslos, wenn es um den Zugang zu sozialen Informationen geht“ (vgl. ebd.: 208). Im Vergleich zu den Printmedien schließt das Fernsehen Menschen aller Altersgruppen, Bildungsschichten, Berufe, Religionen, Einkommens- und ethnischer Gruppen in eine relativ ähnliche Informations-Welt ein (ebd.: 76). Die Problematik des Fernsehens in Bezug auf Kinder besteht, laut Meyrowitz, vorwiegend darin, dass das Alter eines Kindes früher eine wichtige Bestimmungsgröße dafür war, was es wusste. Kinder aus unterschiedlichsten Gruppen wurden ähnlichen Informationen ausgesetzt, weil sie in derselben Altersstufe waren. Heute werden Kinder durch die elektronischen Medien sozialen Informationen für „alle Altersstufen“ ausgesetzt (ebd.: 117). Kinder lernen auf diese Weise viel über das Erwachsenensein, mehr als früher durch die Printmedien. Fernsehen ist das erste Massenmedium, das kleinen Kindern einen ausführlichen Blick auf den „Hintergrund“ ihrer Eltern bietet. Den Kindern entstehen daraus allerdings keine besonderen

Verpflichtungen den Erwachsenen gegenüber. Die Folge dieser Entwicklung ist eine Revolte der Kinder gegen viele Erwachsenen-Rollen. Eine weitere Folge ist das Gefühl der Erwachsenen, ihre traditionellen Erwachsenen-Verhaltensweisen nicht beibehalten zu können. So verändern sich auf Dauer sowohl die Erwachsenen- wie die Kinder-Rollen in Richtung auf einen „mittleren Bereich“. Damit meint Meyrowitz eine Rolle für alle Altersgruppen (vgl. ebd.: 119).

1.3. Funktionen des Fernsehens

Das Fernsehen erfüllt für die Rezipienten bestimmte Funktionen. Bei der Fernsehnutzung von Kindern kann man im grundgenommen nicht strikt zwischen Funktionen, Motiven und Bedürfnissen differenzieren, da diese stark ineinander verwoben sind. Fakt ist, dass Kinder an das Fernsehen bestimmte Erwartungen stellen. In diesem Kapitel werden zunächst Funktionen der Massenmedien vorgestellt, die auch Antworten darauf geben, weshalb nicht nur Kinder, sondern alle Rezipienten fernsehen. Im empirischen Teil dieser Arbeit wird sodann deutlich, welche dieser Funktionen und Motive des Fernsehens der Kinder von ihren Eltern bewusst wahrgenommen werden und ob Eltern und Kinder diese jeweils gleich definieren.

Spricht man von Funktionen der Massenmedien (Rhomberg 2009 : 22), so werden darunter jene Leistungen verstanden die diese Medien, für moderne Gesellschaften bzw. Teilsysteme dieser Gesellschaften erbringen. Zu diesen Funktionen zählen politische, ökonomische und soziale Funktionen. An dieser Stellen wird jedoch nur auf jene eingegangen die für das Thema dieser Diplomarbeit relevant sind¹.

Grundlegend für alle Leistungen der Massenmedien ist die der *Information*. Diese ist die zentrale Leistung der Massenkommunikation in modernen Gesellschaften, ohne die andere Leistungen der Medien gar nicht erfüllt werden könnten (ebd. 22).

Den Großteil der Einblicke die wir erfahren, erlangen wir nicht direkt, da es meist Ereignisse sind, die gar nicht in der direkten Umgebung stattfinden. Aus diesem Grund müssen uns diese Ereignisse und Erfahrungen medial vermittelt werden, und dies geschieht auf dem Weg der Informationen (ebd.: 22). Informationen können auf zwei Arten gewonnen werden. Entweder durch Primär-, oder durch Sekundärerfahrungen. Beim ersteren erfährt man durch eigenes Erfahren in direktem Umgang mit Dingen oder Ereignissen, oder beim letzteren ohne direkten Kontakt (ebd.: 23). Unter anderem durch das Fernsehen. Unter Informationen versteht man „Mitteilungen, die den jeweiligen Kenntnisstand, das subjektive Wissen des Empfängers erweitert, indem sie

¹ Zu den politischen und ökonomischen Funktionen siehe Ronneberger (1971. 1974), Saxer (1974) in Burkart (2002 : 390 ff).

dessen Unkenntnis bzw. sein subjektives Nichtwissen verringert oder beseitigt“ (Burkart 2002: 402).

Das Fernsehen erfüllt aber neben der Informationsfunktion auch soziale Funktionen. Unter diese werden alle Leistungen gefasst, die Massenmedien im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als soziales System erbringen. Eine dieser Funktionen ist die *Sozialisationsfunktion*. Diese ist die zentrale Leistung für das Zusammenleben der Menschen in industriellen Gesellschaften (vgl. ebd.: 383).

Laut Hess, der in diesem Zusammenhang von „Sozialisierung und Stärkung des Normenbewusstseins“ spricht kommt dieser Funktion eine große Bedeutung zu, denn in komplex organisierten Industriegesellschaften ist es dem Kind „nicht mehr möglich, alle von ihm erwarteten Rollen in den Primärgruppen zu lernen. Muster für unterschiedliche Rollen, findet das Kind heute zu einem großen Teil in den Aussagen der Massenkommunikationsmittel“ (Hess 1969: 284 zit. n. Burkart 2002 : 384).

Die sozialen Leistungen umfassen drei weitere Funktionen:

- Funktion der sozialen Orientierung
- Rekreationsfunktion bzw. Gratifikationsfunktion
- und Integrationsfunktion (Burkart 2002: 382; Rhomberg 2009: 22).

Unter der Funktion der *sozialen Orientierung* ist gemeint, dass Massenmedien Individuen und Gesellschaften ständig mit Informationen versorgen, die im Grunde erst das Zurechtfinden in einer unüberschaubaren Welt ermöglichen. Massenmedien „helfen uns, von der Bereitstellung der Güter und Dienstleistungen einer entwickelten Industriegesellschaft nützlichen Gebrauch zu machen, den Mangel an primären sozialen Kontakten und Erfahrungen auszugleichen und uns im Alltag zeit- und raumgerecht zu verhalten“ (Ronneberger 1971: 50 zit. n. Burkart 2002: 386).

Die *Rekreationsfunktion* (Ronneberger 1971) oder auch *Gratifikationsfunktion* (Saxer 1974: 32 zit. n. Burkart 2002: 387) genannt, ist die Funktion die dem Bedarf nach Zerstreuung und Ablenkung entgegenkommt. Hier verhelfen Medien zur Unterhaltung, Entspannung und Erholung. Dadurch werden auch gewisse Fluchtendenzen unterstützt. Somit wird hier auch oft von der Eskapismusfunktion gesprochen. D.h. hier erfüllen die Medien für den Rezipienten die Funktion, die Sorgen des Alltags zu vergessen, und sich

auf gewisse Weise vor dem Alltag bzw. vor der Realität zu verstecken. Diese Erkenntnis wurde auch schon im Bezug auf den Nutzenansatz bereits erwähnt. Die Reaktionsfunktion (Ronneberger 1971: 50 zit. n. Pürer 2003: 426) verstanden als Anspruch an die Massenmedien, leistet einen Beitrag zur Entlastung und Zerstreuung ihrer Gesellschaftsmitglieder.

Die *Integrationsfunktion* wird erfüllt, so Ronneberger, wenn Massenmedien gesellschaftlich anerkannte Verhaltensweisen und Verhaltensnormen vermitteln bzw. Massenloyalität für die Geltung dieser (sozialen, politischen und rechtlichen) Normen herstellen (vgl. Ronneberger 1985: 16 zit. n. Burkart 2002: 388).

Das Fernsehen erfüllt also eine Reihe von Funktionen, wobei für den Zuschauer der Funktion der Unterhaltung und Information die größte Bedeutung zukommt.

Unterhaltung vermag, so Bosshart, „mit einem dramaturgisch abwechslungsreichen, nie abfallenden, wohl dosierten und in sich stimmigen Aufbau den Zuschauer in eine wohlige Atmosphäre zu versetzen, in der ihm ästhetische Genüsse wie auch Information in einer faszinierenden, humorvollen und spannenden Weise vermittelt werden“. Auffallend ist hier allerdings, dass Unterhaltung, wie sie hier dargestellt wird, nur als eine Mischform zwischen Unterhaltung und Information verstanden werden kann (vgl. Bosshart 1990: 54 in Kunczik / Weber 1990).

In der Alltagswelt spielen Medien eine immer größere Rolle. Sie durchdringen Sozialräume und sind somit allgegenwärtig. Die Funktionalität ist längst nicht mehr ausschließlich im Rahmen der technischen Erleichterung von Kommunikation zu sehen. Medien sind mittlerweile zu Instrumenten für das Ausleben von bewussten und unbewussten Bedürfnissen geworden. Sie übernehmen zunehmend Funktionen in allen Lebenszusammenhängen. So sind sie zu einem gezielt eingesetzten Gestaltungsmittel geworden, welche auf eher unbewusst erfahrene Weise die Existenz eines jeden Menschen prägen. Möchte man die Rolle der Medien in der modernen Kommunikationsgesellschaft begreifen, so kann man dies nur wenn man sich nicht alleine mit dem Verstehen ihrer technischen Möglichkeiten zufriedenstellt, sondern auch nach den psychosozialen Rahmenbedingungen fragt, die einen bestimmten Mediengebrauch bedingen (vgl. Schöwer 1990: 7).

Merton (1957) unterscheidet im Bezug auf die Funktionen des Fernsehens bzw. der Massenmedien zwischen „manifesten“ und „latenten“ Funktionen. Die „manifeste“, d.h. erklärte, bewusste Funktion der Massenmedien ist Information und Unterhaltung. Bei den „latenten“ Funktionen erfolgt, die Auswahl welcher Kommunikation man sich aussetzt zum großen Teil unbewusst nach Bedürfnissen der psychischen Stabilisierung (vgl. Merton 1957 in Noelle-Neumann 1990: 141 ff).

Um die Bedeutung der Medien bzw. den Mediengebrauch, auch den des Fernsehens, zu erklären gibt es mehrere Ansätze (Charlton/Neumann-Braun 1992). Einer der unterschiedlichen Ansätze um die Mediennutzung zu erforschen, ist der ethnomethodologische Ansatz. Dieser Ansatz dient in der Medienforschung dazu die Grundfrage zu beantworten: Wie können Menschen Medien nutzen, um sich selbst besser verstehen zu lernen, um den anderen anzuzeigen, welche Sicht von der Welt sie haben, um das soziale Miteinander zu interpretieren und sie zu regeln? (ebd.: 55, 56). Auf diese Weise ergeben sich vier Funktionen des Mediengebrauchs im sozialen Kontext:

- Die erste Funktion bezieht sich auf den Medieninhalt bzw. die Mediengeschichte als Gesprächsstoff. Hier spricht Charlton davon, dass Medien in diesem Sinne einen szenischen Gemischtwarenladen zur Verfügung stellen, aus dem sich jeder bedienen kann, der ein Beispiel für eine Meinung oder Stimmung sucht.
- Die zweite Funktion ist die der Selbstversicherung und Identitätsbildung. Der Rezipient kann nicht nur anderen, sondern auch sich selbst anzeigen, wie er sich verstehen will.
- Die dritte Funktion bezieht sich weniger auf die Inhalte der Medien, als auf die Formen, in denen die soziale Realität präsentiert wird.
- Die vierte Funktion des Mediengebrauchs ist eine soziale Funktion und zwar die der Koordination des gemeinsamen Handelns. Denn die Mediennutzung als Tätigkeit bildet einen Handlungsrahmen, der den Alltag strukturiert und organisiert (ebd.: 55-69).

1.4. Medienkindheit

Kindheit unterlag über einen längeren Zeitraum hinweg vielen Veränderungsprozessen. Diese Prozesse hatten einen nicht unbedeutenden Einfluss auf das Medien- und Freizeitverhalten von Kindern. Auf diese Veränderungen als auch auf die Eingliederung des Fernsehens in die heutige Kindheit wird in diesem Kapitel näher eingegangen.

1.4.1. Verändertes Medien- und Freizeitverhalten von Kindern

Als das Ergebnis von gesellschaftlichen Modernisierungsprozessen sieht Büchner (2010) die veränderte Kindheit, bzw. die Familienkindheit an. Mit den zentralen Entwicklungstendenzen geht ein verbundener Wandel von Ehe, Familie und Kindheit einher. Dabei ist vor allem die fortschreitende Individualisierung der Kindheit und die Pluralisierung der Familienformen, in deren Kontext Familienkindheit stattfindet, gemeint. Zu den gesellschaftlichen Veränderungsprozessen, die das Leben von Kindern beeinflussen gehört folgendes:

- die Heiratsneigung und Heiratshäufigkeit nehmen ab,
- es wachsen mehr Kinder in nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften auf,
- es sinken die Kinderzahlen pro Ehe und mehr Ehen bleiben kinderlos,
- die Zahl der Scheidungen nimmt zu,
- es steigt die Zahl der Alleinerziehenden,
- es gibt eine wachsende Zahl von „Scheidungswaisen“ und Stiefeltern,
- die Formen des partnerschaftlichen und familialen Zusammenlebens verändern sich,
- es verändert sich die Rolle der Frau und die Erwerbstätigkeit der Mütter nimmt zu, mit dem Folgeproblem der Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und Kinderbetreuung für Mütter und Väter,

- und ausschlaggebend ist, dass sich vor diesem Hintergrund die Anforderungen an die familialen Erziehungs- und Versorgungsleistungen der Eltern verändern (ebd.: 531).

Es kommt in weiterer Folge zu weitreichenden Veränderungen des kindlichen Lebensraums. Spiel und andere Aktivitäten der Kinder wurden aus dem öffentlichen Raum gedrängt und in institutionelle Räume, wie z.B. Freizeiteinrichtungen, oder in private Räume verlegt. Diese Entwicklung wird mit den Schlagworten Verschwinden der Straßensozialisation, Verhäuslichung und Privatisierung der Kindheit (Zinnecker 1990) und Verinselung der Kindheit (Zeihner 2005) beschrieben.

Aus der Erwachsenenperspektive wird die heutige Kindheit oft negativ bewertet. Es wird die Kreativität und Eigeninitiative der Kinder bemängelt ebenso wie verplante Alltage sowie die passive Rezeption einer virtuellen Welt. Hinzu kommt auch das isolierte Nebeneinander von Freizeitaktivitäten, die gestiegene Unübersichtlichkeit sowie das Fehlen von wildem und spontanem Spiel. Es werden aber auch positive Aspekte der Kindheit erwähnt. Diese betonen neue Qualitäten des Kindseins. Damit ist die Vielfalt an Optionen gemeint, die sich Kindern heute bieten. Hierzu gehört die Bereicherung durch das Erleben wechselnder Sozialbezüge und vor allem die Selbständigkeit und die größeren Freiräume. Die Idealvorstellung wie sich Freizeit von Kindern gestalten sollte, richtet sich auf eine Welt der unmittelbaren Erfahrbarkeit sowie auf eine aktive Auseinandersetzung mit möglichst naturnaher Umwelt (vgl. Ledig 1992 zit. n. Kränzl-Nagel/Mierendorff 2007: 5).

Seit dem Zweiten Weltkrieg hat sich die Kindheit maßgeblich verändert. Denn in dem Wandlungsprozess sind neue Formen der Kinderkultur entstanden. Diese Formen lassen sich mit den Stichworten Freizeit- und Medienkindheit umschreiben. Fuhs fasst unter der Freizeit von Kindern vielfältigste Aktivitäten, die nach der Schule jede Woche absolviert werden. Dazu gehören Musik- und Sporttermine, die zumeist von Erwachsenen angeleitet werden und freie Unternehmungen, die die Kinder meist mit ihren Eltern oder Großeltern machen. Dazu gehören das Fernsehen, Spaziergehen, Ausflüge machen, Einkaufen oder Veranstaltungen besuchen. Außerdem gibt es Termine, die die Kinder in ihren Freundesgruppen unternehmen. Hier sind Aktivitäten zu nennen, wie etwa auf dem Spielplatz spielen, Quatschen, Handyfonieren und SMS

schreiben, Musik hören, einen Film ansehen, ins Kaufhaus gehen oder gemeinsam ein Computerspiel spielen. Zu nennen sind aber auch Aktivitäten die Kinder gerne alleine für sich tun, wie z.B. ein Buch lesen, ein Instrument spielen, faulzen oder sich um ein Tier kümmern (vgl. Fuhs 2010: 711). Fuhs spricht davon, dass der Nachmittag der schulpflichtigen Kinder in den 1950er-Jahren, nach Erledigung der Schulaufgaben, vor allem durch Spielen mit Kindern aus der Nachbarschaft ausgefüllt war. Heute ist die Freizeit der Kinder durch zahlreiche Termine gekennzeichnet. Zudem werden Kinder heute mit einer Vielzahl von Angeboten unterschiedlichster Medien konfrontiert. Zu diesen Medien gehören das Fernsehen, Computerspiele oder Internet. Die Freizeit in den 1950er- und 1960er-Jahren war durch eine Kinderkultur bestimmt, die auf Entscheidungen der Kindergruppe basierte. Heute müssen die Kinder allerdings öfter alleine entscheiden, was sie am Nachmittag unternehmen wollen (vgl. ebd.: 711).

Laut Fuhs entsteht die Freizeit der Kinder heute im Spannungsverhältnis von kindlicher Motivation und kindlichen Interessen sowie den expandierenden Bildungsplänen und –strategien der Erwachsenen. So wird seitens der Eltern eine sinnvolle Zeitnutzung von Kindern angestrebt. D.h. dass Erwachsene in zunehmendem Maße auch jene Zeiten, die bisher als „freie“ Zeiten, den Kindern überlassen waren, pädagogisch sinnvoll auszufüllen versuchen (ebd.: 714).

1.4.2. Wie Kinder das Leitmedium Fernsehen nutzen

Die Mediennutzung hat sich seit Anfang der 90er Jahre bei Kindern und Jugendlichen stark verändert. Seit 1987/88 bis 1995 ist die Ausstattung mit elektronischen Geräten schnell gestiegen. Diese Entwicklung betrifft auch die Ausstattung bei Kindern im Alter von 6-10 Jahren. Verdoppelt hat sich die Zahl der Videorecorder (auf über 65%) und die Zahl der Computer hat sich verdreifacht (auf 40%). Der Fernseher wurde in vielen Haushalten als Zweit- oder Drittgerät angeschafft. Die Folge der Vielfalt an elektronischen Geräten war, auch bei jüngeren Kindern, ein nahezu unbegrenzter und nur in eingeschränktem Maße kontrollierter Zugang zum Medienangebot. Dies betraf nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene. Es ist die Ausstattung mit Geräten schnell gestiegen und parallel dazu vermehrte sich auch das Angebot an Fernsehsendungen,

Videofilmen, Computerspielen, Pop- und Rockmusik usw. Das verstärkte Angebot, hat in Verbindung mit den neuen Technologien, besonders dem Kabel- und Satellitenfernsehen sowie der Computertechnologie, einen deutlichen Anstieg des Medienkonsums bei den 6- bis 10jährigen Kindern geführt. Der Konsum an Bildschirmmedien hat insgesamt stark zugenommen, besonders auffällig allerdings der Fernsehkonsum. Mehr als die Hälfte der 6- bis 10jährigen Kinder sitzen übermäßig lange vor dem Bildschirm und verbringen einen Großteil ihrer Freizeit mit Fernsehen, Computerspielen und Videofilmen. Hier bleibt es noch anzumerken, dass Kinder, die unzureichende emotionale bzw. erzieherische Zuwendung insgesamt erhalten, sich diesem Medium am stärksten zuwenden (Glogauer 1995: 9).

Laut einer eigens durchgeführten Studie² von Schöwer (1990), die dazu diente einen Überblick über die Mediennutzung und über die Freizeitinteressen der Kinder zu gewinnen, dehnt sich die Mediennutzung immer mehr aus. Laut Hengst/Zeihler (2005: 10) wurde seit den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts zunehmend deutlich, dass Kinder nicht von der expandierenden Medien- und Konsumwelt ferngehalten werden konnten.

So kannten 90% der befragten Kinder das Gefühl der Langeweile, gingen damit allerdings unterschiedlich um. 1986 nahm das Draußenspielen bei den meisten Kindern den wichtigsten Platz ein, zwei Jahre später war es nur noch die Hälfte der Kinder die das Spielen im Freien bevorzugte. Das Spielen an sich, ob zu Hause oder Draußen, nahm innerhalb von zwei Jahren stark ab. Zu erkennen war allerdings deutlich, dass sich die Mediennutzung im gleichen Maße ausdehnte, indem die Kinder weniger spielten. Die Langeweile vertrieb sich ein Viertel der Kinder mit Fernsehen, ein weiteres Viertel mit Radio oder Kassetten (Schöwer 1990: 36, 37).

Medien stellen, so Lukesch, einen wesentlichen Teil der häuslichen Ökologie dar. Medien eröffnen Nutzungsmöglichkeiten und Verlocken zu ihrem Gebrauch. Kinder sind weder vom Bestand noch von der Expansion des Medienangebots unberührt geblieben. Kinder nutzen mit zunehmendem Alter Medien, parallel dazu reduzieren sie

² Die medienpädagogische Projektarbeit wurde über einen Zeitraum von drei Jahren mit 50 Schülern einer Ganztagschule im Stadtteil Wedding durchgeführt, dabei wurden kindgerechte Fragen formuliert die den Sechs- und Siebenjährigen Kindern gestellt wurden, die Antworten wurden in die entsprechenden Kategorien eingeordnet (Schöwer 1990: 29, 34).

ihre Aktivitäten, vor allem das freie Spielen (Lukesch 1991: 2). Nach Aufenanger (1988) ist der Umgang mit Medien, wie Kabel- und Satellitenfernsehen, Video- und Computerspielen nicht nur für Kinder, sondern auch für Erwachsene zu einer attraktiven Form der Freizeitnutzung und zum anderen zur Gewohnheit geworden. Technische Medien spielen demnach auch in der Freizeit eine größere Rolle in einer hochtechnisierten Welt, wie sie Aufenanger beschreibt (ebd.: 5). Es sind aber auch die äußeren Bedingungen, die das Ausmaß und die Bedeutung des Medienkonsums bei den Kindern bedingen. Viele ziehen den Medienkonsum auch dann vor, wenn die Bedingungen für das Spielen im Haus und außerhalb vorhanden sind. Wenn ein neues Gerät in der Familie angeschafft wird, das Kind einen zum eigenen Gebrauch bekommen hat, eine neue Kasette dazukommt, die Lieblingsendung mit den anziehenden Figuren und Darstellern auf dem Programm steht, ein tägliches Medienkonsumprogramm mit einem festen zeitlichen Konsumrhythmus ausgebildet ist, verlieren die Anregungen aus dem außerhäuslichen Bereich an Reiz. So liegt die Medienzeit auch in vielen Fällen über der eigentlichen Spielzeit. So lauten die Ergebnisse einer empirischen Studie von Glogauer³ (vgl. Glogauer 1995: 127).

Im folgenden werden Ergebnisse empirischer Studien dargestellt, die von Süss⁴ (2004) zusammengeführt wurden in denen der Fokus auf Aspekte der Medien als Sozialisationsagenten gelegt wurde.

Der Fernseher ist das Medium welches von Kindern am meisten genutzt wird. So erreicht es rund 90% aller Heranwachsenden mindestens 3 Mal pro Woche. Danach folgen Radio und Bücher (ebd.: 136). Dabei zählen zu den erfolgreichsten Sendern bei Kindern privat-kommerzielle Sender, welche primär Zeichentrickfilme, Serien und Talkshows ausstrahlen (ebd.: 63). Fasst man 9- bis 16-jährige Kinder und Jugendliche zusammen, welche in 12 europäischen Ländern befragt wurden, so ergibt sich folgende

³ Werner Glogauer führte von Mitte 1990 bis Ende 1991 eine Untersuchung durch in der 1400 Kinder im Alter zwischen 6 und 10 Jahren bzw. von der 1. bis zur 4. Jahrgangsstufe einbezogen waren, bei dieser empirischen Studie wurden verschiedene standardisierte Fragebögen angewandt (Glogauer 1995: 10, 189).

⁴ Im Zentrum dieser Studie standen sowohl quantitative als auch qualitative Aspekte der Medien als Sozialisationsagenten. Zur Analyse des Wandels wurden Vergleiche angestellt von Befunden der 1970er- bis zu den 1990er-Jahren und einer abschließenden Studie aus dem Jahr 2002 aus der Schweiz. Es wurden Vergleiche zwischen den Befunden aus der Schweiz und solchen aus anderen europäischen Ländern und den USA hergestellt.

Rangfolge der Medienzeiten: Fernsehen steht mit durchschnittlich 120 Minuten pro Tag an erster Stelle, gefolgt von Audio-Medien mit rund 90 Minuten (ebd.: 149). Das Fernsehen wird von Kindern, welche ein eigenes TV-Gerät im Zimmer haben, länger genutzt. Ebenso nutzen Einzelkinder das Medium öfter, als Kinder mit Geschwistern (ebd.: 138). Außerdem zeigt sich, dass je älter die Kinder werden, desto mehr Zeit verbringen sie mit Medien, wobei sie hier ebenfalls an erster Stelle audiovisuelle Medien bevorzugen, gefolgt von auditiven Medien und Printmedien, elektronischen Spielen und zum Schluss Computer und Internet (ebd.: 151). Des Weiteren kann ein Unterschied bei Kindern nach sozialen Schichten ausgemacht werden, wenn es um die Zeitbudgets von Mediengruppen geht. Dabei unterscheidet sich die Gesamtmedienzeit der Kinder nicht nach sozialer Schicht. Es handelt sich hier vielmehr um unterschiedliche Gewichtungen einzelner Medien. Dies ist allerdings damit verbunden ob der Zugang zu Medien in Familien unterschiedlicher sozialer Schichten vorhanden ist oder nicht, aber auch mit unterschiedlichen Interessensgebieten. So zeigt sich etwa, dass Kinder aus Oberschichtfamilien beispielsweise länger lesen als andere Kinder, und dafür weniger lang fernsehen. Kinder aus Unterschichtfamilien nutzen wiederum den Computer weniger lang als andere Kinder (ebd.: 151). Ein weiteres Ergebnis, welches nicht unbedeutend für den Fernsehkonsum der Kinder ist, ist, dass die Fernsehzeiten der Kinder mit den Fernsehzeiten der Eltern korrelieren. Die Fernsehzeiten der Eltern unterscheiden sich hier ebenfalls nach den sozialen Schichten. So sehen Kinder und Erwachsene der Unterschicht am längsten fern (ebd. 152). Kinder im Alter von 6 bis 7 Jahren bevorzugen vorwiegend Kinderprogramme. Je älter sie allerdings werden, desto stärker bevorzugen sie Familien- und Erwachsenenprogramme (ebd.: 173). Ferngesehen wird selten in der Früh vor Schulbeginn. Am häufigsten wird von Kindern jeden Alters unmittelbar nach der Rückkehr aus der Schule ferngesehen, vor allem im eigenen Zimmer. Am frühen Abend sieht die Mehrheit der Kinder fern, nach neun Uhr abend aber vor allem 15- bis 16-Jährige (ebd.: 189).

1.4.3. Fernsehspezifisches Verhalten

In der Alltagssprache gibt es mittlerweile einige Begriffe, die unterschiedliche Verhaltensweisen das Fernsehen betreffend beschreiben, die auch in der Literatur thematisiert werden. Diese sollen im Folgenden kurz geschildert werden, denn diese Verhaltensweisen sind nicht nur bei Erwachsenen ein Stichwort, sondern auch bei Kindern.

Beim fernsehspezifischen Verhalten geht es um „Switchen“, „Zappen“, „Grazen“ und „Flippen“. Diese Bezeichnungen beschreiben ein bestimmtes Zuschauerverhalten das mit dem Ansteigen der Zahl der Fernsehkanäle und mit der Verbreitung von Fernbedienungen aufgetreten ist (Burkart 2002: 355).

„Switching“ ist ein unscharfer und inkonsistenter Begriff, so Bonfadelli (2004), und umfasst verschiedene Phänomene, die damit zusammenhängen, dass seit der Erfindung der Fernbedienung mühelos zwischen den verschiedenen Kanälen hin und her geschaltet werden kann, d.h. nicht mehr eine Sendung konstant vom Anfang bis zum Ende gesehen werden muss. Dabei können verschiedene Formen des Kanalwechsels unterschieden werden:

- 1) Punching als Kanalwechsel zu einem bestimmten anderen Programm;
- 2) Zapping als Programmwechsel bei Werbung;
- 3) Flipping als Hin- und-Her-Schalten zwischen zwei und mehr Programmen, die quasi parallel verfolgt werden;
- 4) Zipping als „Fast-Forward“ beim Sehen einer aufgenommenen Sendung mit dem Zweck, einen Werbeblock zu überspringen.

Unterschieden wird weiters noch „Grazen“. Dieser Begriff bezeichnet das Verhalten der Zuschauer wenn sie die Anzahl der zahlreichen Programme nach etwas Interessantem „abgrasen“. Dabei bleiben sie immer nur für eine bestimmte Zeit bei einem Programm, schalten dann aber wieder um bzw. weiter. Das Fernsehen besteht auf diese Weise nicht mehr im mehr oder weniger vollständigen Sehen einzelner Programmteile. Aus

Langeweile ist der Zuschauer ständig auf der Suche nach Überraschendem und Interessantem, aber meistens nur für kurze Zeit (Bonfadelli 2004: 186).

1.4.4. Motive, Bedürfnisse, Erwartungshaltungen

Geht es um die Motive der Fernsehnutzung bzw. allgemein um die Mediennutzung so kommt dem Nutzenansatz (Uses and Gratifications Approach) die größte Bedeutung zu. Dieser ist wohl der wichtigste Ansatz, bei dem die leitende Frage nicht was machen die Medien mit den Menschen, sondern was machen die Menschen mit den Medien, lautet. Hier geht es also um den Nutzen der Rezipienten den sie von der Mediennutzung davontragen (Burkart 2002: 219). In diesem Ansatz wird untersucht, weshalb bestimmte Personen diese oder jene Medien benutzen und welchen Profit sie aus dieser Tätigkeit ziehen. Hier wird nicht davon ausgegangen, dass das Medium den Rezipienten beeinflusst, wie es der Fall bei der Wirkungsforschung ist, sondern dass der Rezipient selbst das Medium für seine Zwecke benutzt. In diesem Ansatz wird von der Person, als dem Zuschauer, von einem aktiv gegenüber dem Medium handelnden Individuum, ausgegangen (Charlton/Neumann-Braun 1992: 46).

Der Uses and Gratifications Ansatz befasst sich also mit den Motiven der Medienzuwendung respektive mit den erwarteten Bedürfnisbefriedigungen (Süss 2004: 74).

Die Bedürfnisse lassen sich folgendermaßen gliedern (Bonfadelli 1981: 169):

Die sog. *kognitiven Bedürfnisse* basieren auf Orientierungs- und Entscheidungsproblemen des Handelnden gegenüber seiner Umwelt. Dieses Bedürfnis umfasst weitere Subdimensionen wie Neugier, Kontrolle der Umwelt, Lernen, Realitätsexplorierung, Wissenserweiterung, Handlungsanweisung etc. Für Kinder bedeutet das also, dass sie Fernsehen um zu erfahren, was in der Welt los ist, um Sachen zu lernen, über die in der Schule nichts gesagt wird und um zu sehen, wie man sich verhält und mit Problemen fertig wird.

Zu den *affektiven Bedürfnissen* zählen Probleme der individuumzentrierten Spannungs- und Stimmungskontrolle, der Ablenkung und Entlastung von Umwelтанforderungen, der Rekreation, Unterhaltung, Spannungssuche und des Zeitvertreibs.

Integrative Bedürfnisse beziehen sich auf Probleme des Vertrauens, der Sicherheit, Stabilität, Gewohnheit und Wertverstärkung in bezug auf Familie, Nachbarschaft, Gemeinde, Vaterland und andere Referenzgruppen. Hier wird also bewusst oder unbewusst darauf abgezielt den Alltag mit Hilfe der Medien zu strukturieren.

Sozial-interkative Bedürfnisse basieren auf dem Wunsch nach sozialem Kontakt und Anerkennung in bezug auf sich selbst, auf andere Menschen und der Umwelt im weiteren Sinn. Dazu zählen Geselligkeits- und Kontaktbedürfnisse, die sich in der parasozialen Medien-Interaktion oder Identifikation mit Medienakteuren äussern können oder in der Mediennutzung als Quelle für Anknüpfung von Kontakten und für Themen der interpersonalen Kommunikation zum Tragen kommen. Für Kinder spielt hier eine Rolle, dass die Familie beim Fernsehen beisammen sitzt und dass sie dann mit Freunden etwas zu reden haben.

Dieses Konzept der Bedürfnisse geht auf Katz, Gurevitch und Haas (vgl. Katz et al 1973 zit. n. Bonfadelli 1981: 169) zurück. Man muss allerdings beachten, so Bonfadelli, dass selbst so umfassende Bedürfnis-Typologien die Motive der Mediennutzung nie vollständig ausschöpfen werden.

Bedürfnisorientierte Mediennutzung führt grundsätzlich nicht zu dysfunktionalen Effekten. Allerdings können Probleme bei Vielseher-Verhalten auftreten. Diese Probleme können z.B. Sucht-Entwicklungen sein, die meist mit eskapistischen Nutzungsmotiven verbunden sind, d.h. dass in solchen Fällen die Mediennutzung dazu dient Alltagssorgen zu verdrängen (Bonfadelli 2000: 241 zit. n. Süß 2004: 74).

Soziale Bedürfnisse, die personal verankert sind, so Bonfadelli, sind als sozial vermittelte Bedürfnisorientierungen zu verstehen, die letztlich in Zusammenhängen des sozialen Systems verankert sind. Soziale personenbezogene Bedürfnisse werden dabei von Person zu Person, von Gruppe zu Gruppe unterschiedlich definiert. Sie können sich

im Zusammenhang mit den Akten der Bedürfnisbefriedigung oder Problemlösung im Verlauf der Zeit ändern (vgl. Bonfadelli 1981: 170). Bedürfnisse sind ein Ausdruck einer Interaktion zwischen Individuum und Umwelt. Es entwickeln sich auf diese Weise medienbezogene Bedürfnisse auch durch Anreize, die von den Medien ausgehen oder durch Wertorientierungen oder Mangelsituationen, in denen die Rezipienten leben. Erfolgt durch Medien eine Befriedigung der Bedürfnisse, so kann eine Habitualisierung oder eine Abhängigkeit entstehen. Es bilden sich so dann Überzeugungen in Bezug auf die jeweilige Funktionalität von bestimmten Medien, Medienangeboten oder Mediennutzungsformen und andere, nicht-mediale Aktivitäten, können dadurch an Wert verlieren. Medienaktivitäten können also zum Zusatz, zur Ergänzung oder zum Ersatz werden. So wird man Medien im Alltag der Heranwachsenden je nach dem als Risiken oder Ressourcen einschätzen (Bonfadelli 1999: 167 zit. n. Süss 2004: 75).

Kinder haben Ansprüche als auch Erwartungen an das von ihnen geschätzte Fernsehen. Von dem Medium, das zu ihrem Alltag gehört, möchten sie unterhalten werden, Spannung erleben und ihre Neugier stillen. So durchstüben Kinder, wie kurz zuvor bereits beschrieben, durch Zappen, Switchen etc. das Fernsehprogramm verschiedener Sender, um Angebote zu finden, die ihren Vorstellungen entsprechen und somit ihre Bedürfnisse befriedigt werden können. Dabei wählen Kinder nach ihren Wünschen und Bedürfnissen aus, ohne sich dabei nur an die von Programmachern als Kindersendungen definierten Angebote zu halten (vgl. Basic et al 1997: 9). Medien werden von Heranwachsenden also in situativen Kontexten benutzt, um ihre vielfältigen Bedürfnisse im Alltag zu befriedigen. Aus der Studie von Süss geht hervor, dass Kinder im Alter zwischen 9- und 10 Jahren fernsehen um vor allem etwas gegen die Langeweile zu tun, um Spannendes zu erleben und um etwas zu lernen (Süss 2004: 175).

Ein Hauptcharakteristikum der Rezeptionssituation in der Massenkommunikation ist ihre Einbettung in den Freizeitkontext. Während man sich der interpersonalen Sozialisationssituation in der Familie oder in der Schule meist nicht freiwillig aussetzt und die soziale Kontrolle entsprechend hoch sein kann, wendet man sich den Massenmedien, wie hier dem Fernsehen, aus eigenen Motiven zu. Dies bedingt dann im wesentlichen auch eine spezifisch unterhaltungsorientierte Erwartungshaltung, denn das

Medium selbst verlangt keine Zuwendung und Aufmerksamkeit und es ist kein Sanktionspotential vorhanden (Bonfadelli 1981: 64). Dem Fernsehen wird also vorwiegend die Erwartungshaltung der Suche nach Entspannung entgegengebracht, weil die Belastungen und Zwänge des Arbeitstages, bzw. des Schultages eine möglichst anstrengungslose Erholung fordern. Für Zuschauer, ob Kinder oder Erwachsene, bedeutet das Fernsehen deshalb in erster Linie Unterhaltung (Bauer et al 1976: 48).

2. MEDIENSOZIALISATION UND MEDIENERZIEHUNG

Das Thema Mediensozialisation und Medienerziehung ist im Zusammenhang mit der Forschungsfrage dieser Diplomarbeit insofern relevant, als das Medium Fernsehen immer stärker in den Familienalltag integriert wird. Eltern befassen sich bewusst aber auch unbewusst verstärkt mit dem Thema Fernsehen. Findet Mediensozialisation in der Familie also statt, so kann man davon ausgehen, dass Eltern sich zunehmend mit den rezipierten Fernsehinhalten ihrer Kinder befassen.

Im folgenden Kapitel wird auf die Definition von Mediensozialisation und ihre zunehmende Bedeutung eingegangen.

2.1. Sozialisation im Medienkontext

Für Kinder und die meisten Eltern ist Fernsehen zu einem selbstverständlichen Teil des Alltagslebens geworden. Dies mit recht unterschiedlichen Funktionen, Präferenzen und Bewertungen. Das Fernsehen hat als Teil der kindlichen Lebenswelt eine Sozialisationsfunktion und damit auch eine große Bedeutung für die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern und deren sich entwickelnde Beziehung zu ihrer dinglichen, sozialen und kulturellen Umwelt (vgl. Raabe 2007: 14).

Gesellschaftliche Differenzierung drückt sich in einer Vielzahl von unterschiedlichen Lebensformen und Denkweisen, sozialen Milieus, Subkulturen und Lebenswelten aus. Aufgrund der verschiedenen differenzierten Lebensbereiche, besteht für Kinder zunehmend Orientierungslosigkeit, weil sie sich einzelne Elemente zur Subjektconstitution zusammenfügen müssen. Um sich zurechtfinden zu können greifen sie immer wieder auf Modelle zurück, die ihnen die Suche nach der eigenen Identität erleichtern. Hier greifen Kinder häufig unbewusst nach Orientierungshilfen im Fernsehen, welches als fester Bestandteil in ihrem Alltag integriert ist. Aus diesem Angebot greifen Kinder das auf, was sie unmittelbar zu „Bewältigung“ ihrer aktuellen Lebenssituation benötigen (Raabe 2007: 15).

Sozialisierung oder auch Sozialisation ist der weitgefasste Begriff für den Prozess der Menschwerdung, der Vergesellschaftung und Individuierung gleichermaßen beinhaltet

(Mühlbauer 1980: 25). Sozialisationsforschung versucht nachzuweisen, „daß sich die menschliche Persönlichkeit in keiner ihrer Dimensionen gesellschaftsfrei herausbildet, sondern stets in einer konkreten Lebenswelt, die gesellschaftlich-historisch vermittelt ist (Hurrelmann 1976: 16 zit. n. Burkart 2002: 144).

Wird der Frage der Sozialisationsfunktion des Fernsehens nachgegangen, so muss diese im Kontext der Medienwirkungen gesehen werden (Bonfadelli 1981: 246). In der Sozialisationsforschung lautet die Grundfrage, wie sich die Persönlichkeit in Interaktion mit der sozialen und materiellen Umwelt entwickelt. D.h., dass man hier von Einflüssen auf das Denken und Fühlen, auf die Einstellungen, auf das Verhalten und das Selbst- und Weltbild ausgeht und auf die Entwicklung der Identität schließt (Tillmann 2001 zit. n. Süss 2004: 25).

Heranwachsende Kinder und Jugendliche können im Rahmen ihres kognitiven Entwicklungsstandes sehr vieles durch die Massenmedien erfahren. Indirekt werden ihnen viele soziale Erfahrungsbereiche zugänglich gemacht. Zu diesen Erfahrungsbereichen können sie allerdings aufgrund ihres Alters noch keinen direkten Kontakt haben. Oft besitzen sie keine Vergleichsmaßstäbe an denen sie ihr medial vermitteltes Wissen kontrollieren und relativieren können (Bonfadelli 1981: 247). Meyrowitz versteht in diesem Zusammenhang Sozialisation als kontrollierten Zugang zu Informationen einer Gruppe. So ermöglichen vor allem Printmedien sorgfältig aufgebaute Sozialisationsstadien, vor allem für Kinder und Jugendliche, was auf das Fernsehen nicht zutrifft. Die Komplexität der Printmedien erfordert eine lange Lernperiode, weil man erst einmal den Code verstehen muss, mit dem Informationen verschlüsselt werden. So sind Kinder daher von den meisten durch Printmedien verbreiteten Nachrichten ausgeschlossen. Dies ist allerdings nicht der Fall bei audiovisuellen Medien, insbesondere dem Fernsehen. Denn Fernsehen präsentiert seine Inhalte so, dass nicht klar unterschieden werden kann zwischen der Information, die für die Vorschulkinder bestimmt ist und der für Sechstklässler oder für Erwachsene. Tatsächlich werden viele Programme von allen Altersgruppen gesehen (Meyrowitz 1987: 117)

Im Rahmen der Mediensozialisationsforschung ist es schwierig zu erfassen bzw. abzuklären in welchem Verhältnis Heranwachsende neue Erfahrungen primär über die

Massenmedien machen und welche dieser Erfahrungen sich auf den direkten Umgang mit der sozialen Wirklichkeit abstützen können, beispielsweise durch Sozialisationsprozesse in der Familie oder im Kameradenkreis. Es ist zudem schwierig abzuklären wie und in welchen sozialen Erfahrungsbereichen das durch die Massenkommunikation erworbene Wissen im konkreten sozialen Handeln der Rezipienten zum Tragen kommt und welche sozialen Faktoren die Wissensumsetzung und Informationsanwendung begünstigen oder hemmen (vgl. Bonfadelli 1981: 247, 248).

Grundsätzlich sind Menschen durch alles beeinflussbar und dies das ganze Leben lang. Kinder und Jugendliche sind jedoch besonders offen für Vorbilder. Vor allem deswegen, weil sie noch nicht so festgelegt sind wie Erwachsene. Somit sind für die Kinder nicht nur ihre Bezugspersonen prägende Akteure, sondern auch Medien und ihre Inhalte (Süss 2004: 25). Weil Massenmedien heute fasst omnipräsent sind, sind damit nicht nur Chancen, sondern auch Risiken für die Sozialisation für Kinder und Jugendliche verbunden. Manche Kinder verbringen letztendlich mehr Zeit vor dem Fernseher als in der Schule oder als mit Unterhaltungen mit ihren Eltern (Geulen 2006: 138).

Als Sozialisationsinstanzen gelten also Personen oder Institutionen, welche die Zielsetzung verfolgen Sozialisationsprozesse zu gestalten. Hurrelmann (2002: 32 ff zit. n. Süss 2004: 26) unterscheidet an dieser Stelle zwischen primären, sekundären und tertiären Sozialisationsinstanzen. Primäre sind Familie, Verwandtschaft und Freunde. Sekundäre Instanzen sind Kindergärten, Schulen und weitere Bildungseinrichtungen. Als tertiäre gelten Gleichaltrige, Freizeitorganisationen und Medien. Die Sozialisationsinstanzen beeinflussen sich stets gegenseitig. Die Rangfolge postuliert aber eine Abfolge der Einflussbereiche innerhalb der Biografie der Kinder und eine höhere oder tiefere Relevanz für die Persönlichkeitsentwicklung der Sozialisanden. Da die Medien die Lebenswelten immer feinmaschiger durchdringen, ist es fraglich, ob eine Positionierung als „tertiär“ heute noch gerechtfertigt ist (Süss 2004: 26).

Die Massenmedien als Elemente der Sozialisationsumwelt der Kinder und Jugendlichen haben bestimmte Vorteile und Einschränkungen. Es ist davon auszugehen, dass Medien hochkomplexe organisierte soziale Systeme sind deren bestimmte Ziele sich erheblich

von den personalen Sozialisationsinstanzen der interpersonalen Kommunikationssituation unterscheiden. Massenmedien gehen über gewisse soziale, geographische, zeitliche und sachliche Grenzen hinaus, die den anderen Sozialisatoren wie etwa der Familie gesetzt sind. Das Fernsehen, das Radio oder Printmedien sind typischerweise in den primären Sozialisationskontext der Familie integriert. Medien können ihren sozialisierenden Einfluss jedoch nur ausüben, wenn sie als Medienbesitz in der Familie vorhanden sind und genutzt werden. Die Mediennutzung wiederum ist eingebettet in familiäre Kommunikations- und Interpretationsprozesse und wird durch das Vorbildverhalten, den medienbezogenen Erziehungsstil und Kontrollmechanismen der Eltern beeinflusst. Sozialisationsprozesse als anleitende Mitteilungen sozusagen, verlangen beim Rezipienten Lernprozesse die so zu Veränderungen in der Wahrnehmung und im Verhalten führen. Solche Prozesse verlangen ein motivationales Engagement und Bereitschaft zur Verhaltensänderung. In der medialen Rezeptionssituation fehlen diese Voraussetzungen gänzlich, so dass Massenmedien das Gefühl der Erfahrung vermitteln, ohne die im wirklichen Leben notwendigen Prozesse der Anpassung und Aktivierung zu fordern. Deshalb ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass Sozialisationsinhalte selektiv wahrgenommen, interpretiert und umgesetzt werden, so dass sie möglichst ohne Anstrengung in das bereits vorhandene Weltbild eingegliedert werden können (Bonfadelli 1981: 62 ff).

Massenmedien verfügen in der Regel kaum über spezifisch bildende und sozialisierende Angebote. Medien präsentieren ein sehr breites und heterogenes, täglich wechselndes inhaltliches Angebot, welches sich als Abbild der vielschichtigen Interessen der modernen Industriegesellschaften begreifen lässt. Die Familie hingegen verfolgt gewisse zeitliche, soziale und sachliche Erziehungsziele, so Friedrich. Die Vielzahl der sich oft widersprechenden Sozialisationsangebote, die zeitliche Diskontinuität und der schnelle Wechsel der aufgegriffenen Themen schränken die Sozialisationsleistungen maßgeblich ein (Friedrich 1971: 417 ff).

2.2. Vermittlung von Medienkompetenz als Teil der Erziehung

Mediensozialisationsforschung befasst sich folglich mit der Frage wie Menschen den Umgang mit Medien lernen, sprich mit Medienkompetenz. Denn Sozialisation umfasst den Erwerb von Kulturtechniken, wie Lesen, Schreiben, Rechnen ebenso die Nutzung von Medien aller Art (vgl. Doelker 1979 zit. n. Süss 2004: 32).

Medienkompetenz bestimmt seit längerer Zeit als neues Schlagwort die medienpädagogischen Diskussionen. Der Begriff Medienkompetenz integriert vor allem die Bereiche der Medienkritik, also die kritische Aufklärung über Medien und ihre Wirkung. Es geht also bei „Kompetenz“ um mehr als nur darum, eine neue Technik handhaben zu können (Hoffmann 2003: 31)

Die wohl am weitesten verbreitete Definition von Medienkompetenz stammt von Baacke (1999: 34). Hier wird Medienkompetenz in vier Dimensionen gegliedert:

Medienkritik umfasst eine analytische Erfassung problematischer gesellschaftlicher Prozesse, eine Reflexion über das eigene Medienwissen und Medienhandeln, als auch eine ethische Beurteilung und soziale Verantwortung der Medien und des eigenen Medienhandelns.

Medienkunde umfasst das Wissen über heutige Medien und Mediensysteme. Hier gilt es über Programmgenres, Auswahlmöglichkeiten, als auch über die effektiven Nutzungsformen bescheid zu wissen. Des weiteren umfasst Medienkunde die Fähigkeit Medien technisch handzuhaben.

Mediennutzung umfasst die rezeptive Programm-Nutzungskompetenz als auch die Nutzung von interaktiven Diensten.

Die Dimension *Mediengestaltung* bezieht sich auf innovative Veränderungen und Weiterentwicklungen im Rahmen eines bestimmten Mediensystems und kreative Gestaltungen, die über das jeweilige Mediensystem und seinen Rahmen hinausgehen.

„Wichtige Aufgaben der Medienpädagogik werden in der Hinführung zur Kommunikationsfähigkeit gesehen – der Fähigkeit, die eigenen Bedürfnisse und Standpunkte wirksam zu formulieren. Sie ist wiederum Voraussetzung für die

Handlungskompetenz, bei der es um das Verstehen und Mitgestalten der privaten, politischen und beruflichen Umwelt geht. Handlungskompetenz im Umgang mit den Medien bedeutet, die Medien so handzuhaben und zu nutzen, daß sie zur Artikulation eigener Bedürfnisse eingesetzt werden können“ (Hüther et al 1979 zit n. Schöwer 1990: 24).

Die „klassische“ Medienerziehung, so Beaugrand, sah vielfach nur die Existenz der Medien als Möglichkeit der Gefährdung an, vor allem bei Kindern und Jugendlichen. Sie versuchte pädagogische Hilfen zu bieten, um diese Gefährdungen abzuwehren. In dieser klassischen Medienerziehung trat allerdings die Gesamtstruktur des durch die Medien hervorgerufenen Kommunikationsfeldes in den Hintergrund. Diese Gesamtstruktur zeichnet sich durch vielfache Wechselbeziehungen zwischen Empfänger und Produzenten, zwischen der Gesellschaft und dem Einzelnen aus. Aus diesem Grund ist es notwendig die bisherige Medienerziehung durch eine Kommunikationslehre zu erweitern und damit eine andere Dimension der Medien auch in der pädagogischen Praxis ins Blickfeld zu rücken. Eine richtig verstandene Kommunikationslehre zielt konkret darauf ab den Konsumenten aus der Abhängigkeit von den Medien zu lösen und Gefährdungen auszuschalten, und was ebenso wichtig ist, den Empfänger zu befähigen aktiv den Kommunikationsprozess zu beeinflussen. Beaugrand fügt zudem hinzu, dass es nicht einfach ist, den Fernsehern, vor allem Kindern, den Zwiespalt zwischen ausgestrahlter Pseudo-Wirklichkeit und der unmittelbaren, selbsterlebten Wirklichkeit bewusst zu machen und ihnen die Notwendigkeit der eigenen Aktivität überzeugend darzulegen (Beaugrand 1973: 12 ff).

Wenn man anerkennt, dass die Medien und insbesondere das Fernsehen nicht nur zur kognitiven, sondern vor allem auch zur emotionalen Aneignung und Einübung von Selbst- und Fremderfahrung realen Handelns und phantasiereicher Vorstellungen in hohem Maße beitragen, dann ist es unumgänglich, die Medien als Gegenstände und als Faktoren des kindlichen bzw. menschlichen Sozialisationsprozesses zu reflektieren. Im Umgang mit den Medien kann das Kind Kenntnisse und Erfahrungen in einer gesellschaftlich respektierten und unterstützten Anfängerposition sammeln, die es darauf vorbereiten soll, die zukünftigen Erwachsenenaufgaben in weitestgehender Selbstbestimmung bewältigen zu können (vgl. Stolte 1991: 2). Die Medienkompetenz,

gesehen als Ergebnis von Medienerziehung, ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für die positive Nutzung von Medien (Eppel-Gatterbauer 1998: 6). Zudem scheint die Mediennutzungskompetenz um so notwendiger, je stärker die Mediatisierung des Alltags mit ihren Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche zunimmt (Schöwer 1990: 24, 25).

Die ersten Begegnungen mit Medien finden meistens in der Familie statt. Hier lernen Kinder Medien wie Bilderbücher, Hörspielkassetten, das Radio, das Fernsehen oder den Computer kennen. Auch wenn Eltern nicht bewusst Medienerziehung betreiben, leben sie doch einen bestimmten Umgang mit Medien vor, an dem Heranwachsende sich orientieren. Die Art der familiären Mediennutzung wird von Heranwachsenden häufig übernommen: „Wie alles alltägliche Verhalten entwickelt sich das kindliche Medienverhalten im sozialen Rahmen der Familie, in Nachahmung und Interaktion mit dem Handeln der Familienmitglieder, besonders mit den bedeutsamen Bezugspersonen“ (vgl. Kübler/Swoboda 1998: 24).

Medien prägen den Alltag und werden in der individuellen Lebensgestaltung über ihre ursprüngliche Funktion als Kommunikationshilfe hinaus multifunktional und werden so vor allem für die Bewältigung sozialer und psychischer Problemsituationen eingesetzt. Will man erziehend Zugänge zu Gesellschaft und Kultur eröffnen muss man Kompetenz in der Verwendung von Medien vermitteln, muss Einblicke ermöglichen nicht nur in ihre technischen Möglichkeiten, sondern auch und vor allem in die Motivationslagen, die zu einem bestimmten Mediengebrauch führen (Schöwer 1990: 7).

Gerade die Tatsache, dass Kinder jeder Altersstufe intensiv am Kommunikationsprozess teilnehmen und von dort weitgehend ihre Wert- und Gefühlsmaßstäbe erhalten, zeigt wie notwendig eine möglichst frühzeitig einsetzende Kommunikationslehre ist. Der Konsument sollte befähigt werden, nicht nur den Bildschirm, sondern auch den anderen Medien mit kritischer Distanz zu begegnen. Jede Sendung, jede Aussage der Publikationsmittel kann dann dazu führen, die Reflexion über das Gesehene herauszufordern, Denkvorgänge auszulösen und die verhängnisvolle Faszination zu durchbrechen, von der die passive Konsumentenhaltung nicht nur bei Kindern und Jugendlichen, sondern auch bei Erwachsenen gekennzeichnet ist (vgl. Beaugrand 1973: 13, 14).

Unter Medienerziehung lassen sich somit alle Aktivitäten und Überlegungen in Erziehung und Bildung zusammenfassen, die das Ziel haben, ein humanes bzw. verantwortliches Handeln im Zusammenhang mit der Mediennutzung und Mediengestaltung zu entwickeln (Sander et al 2008: 110).

Insgesamt kann gesagt werden, dass eine wissenschaftlich fundierte Auseinandersetzung mit dem Thema kaum zu finden ist. Es überwiegen mit Erfahrungen angereicherte Vorschläge, aber selten sind es aus der pädagogischen Theorie abgeleitete systematische Ansätze (Burkhardt 2001: 136). So gibt es also vergleichsweise wenige empirische Studien, die versuchen Medienkompetenz systematisch und umfassend zu untersuchen. Probleme, Medienkompetenz zu fassen, ergeben sich vor allem durch die sich immer rasanter verändernden Medienumgebungen, die eine Akzentuierung auf ausgewählte Themen, Medien oder Teilkompetenzen aus forschungspraktischen Gründen notwendig machen. Außerdem ist es insofern problematisch empirische Studien durchzuführen, da es alleine schon fraglich ist wie sich Kompetenzen erfassen lassen (Süss et al 2010: 118).

3. WIRKUNGEN DES FERNSEHKONSUMS

In Anknüpfung an die im Kapitel 2.1. angeführten kritischen Auseinandersetzungen mit dem Thema Fernsehen liegt es auch nahe sich mit den Wirkungen des Fernsehkonsums zu befassen. Die Bedeutung dieses Themas wird auch im zweiten Teil der Diplomarbeit in den empirischen Ergebnissen der Untersuchung unterstrichen, denn aufgrund des zunehmenden Fernsehkonsums können diese nicht ausser Acht gelassen werden.

Befasst man sich also mit dem Stellenwert der Medien im Alltag von Kindern, dann kommen vor allem Problemstellungen in den Blick, welche den Medien negative oder positive Wirkungen zuschreiben. Im Hintergrund stehen jeweils unterschiedlich komplexe Wirkungstheorien und –modelle. Es fallen besonders zwei Gruppen von Publikationen auf: kulturpessimistische, welche vor allem die Gefahren beschreiben, welche von Medien, ihren Inhalten und der Art ihrer Nutzung ausgehen können und medienkulturelle, welche die Chancen betonen, welche in der aktiven Nutzung der Medien für die Lösung von Entwicklungsaufgaben liegen. Ein umfassendes Bild von der Rolle der Medien im Alltag von Heranwachsenden kann man nur gewinnen, wenn man beide Perspektiven beachtet, denn unter bestimmten Bedingungen entstehen Chancen und unter anderen Risiken beim Umgang von Kindern mit Medien (vgl. Grimm 1994 zit. n. Süss 2004: 80).

Massenkommunikation und interpersonale Kommunikation werden nicht in naturwissenschaftlichen Termini also als ein durch Wirkungsgesetze zu beschreibendes Naturphänomen aufgefasst, sondern als ein regelgeleitetes Handeln. In der publizierten Forschung überwiegt die nomologisch orientierte Forschung eindeutig, die auf der Erklärung durch Kausalgesetze basiert (Charlton/Neumann-Braun 1992: 31).

Die Frage nach den Wirkungen der Massenmedien, so Burkart, gleicht einem Fass ohne Boden. Die Vielzahl an Befunden ist mittlerweile kaum überschaubar und die Frage selbst wird immer wieder als unangemessen klassifiziert, weil man sie entweder als „falsch gestellt“ betrachtet oder in dieser globalen Form für wissenschaftlich gar nicht beantwortbar hält (Burkart 2002: 186). Der Begriff Medienwirkung selbst wird sehr oft verwendet, allerdings werden darunter oft alle Veränderungen gefasst, die beim

Menschen durch die Hinwendung zu Massenmedien und durch das Aufnehmen von Aussagen der Massenkommunikation erfolgen. Diese Möglichkeit der Definition ist allerdings problematisch, weil sie sehr unpräzise ist (ebd.: 188).

Grundsätzlich gibt es zwei Gründe weshalb dieser Begriff missverständlich scheint. Zum einen suggeriert dieser Begriff die Einheitlichkeit einer Reaktion auf einen Stimulus. Doch es wurde oftmals nachgewiesen, dass es die eine Wirkung nicht gibt, sondern vielmehr eine Vielzahl von Resultaten, die aus einer Fernsehhandlung folgen. Zum anderen ist der Begriff zu sehr der klassischen Mechanik entlehnt und wird bisweilen auch so verstanden. So kann sich die Vorstellung entwickeln, der Rezipient werde zum „Spielball“ innerhalb eines mechanischen Reiz-Reaktions-Systems (Kunkel 1998: 59). Allerdings ist es nicht so, dass die Wirkungen in den verschiedenen Teilbereichen unverbunden und unabhängig voneinander im Raum stehen (Maletzke 1963: 192). „Vielmehr bringen fast immer Veränderungen in einen Bereich auch Wirkungen im anderen Bereich mit sich. Wenn beispielsweise die Attitüden eines Menschen beeinflusst werden, so wird sich damit oft auch sein Wissen, seine Antriebslage, seine emotionale Reaktionsbasis und sein Verhalten ändern. Die verschiedenen Arten und Wirkungen hängen also funktional voneinander ab“ (vgl. Maletzke 1972: 1532 zitiert n. Schenk 2007: 34).

3.1. Thesen der Wirkungsforschung

Zu den wichtigsten Thesen bzw. theoretischen Ansätzen zu den Wirkungsphänomenen gehören folgende:

Der Kerngedanke der *Agenda-Setting-Hypothese* besteht in der Annahme, dass die Massenmedien nicht so sehr beeinflussen, was wir denken sollen, sondern eher bestimmen, worüber wir nachzudenken haben. Sie legen gewissermaßen fest, welche Themen wir auf unsere Tagesordnung, die sogenannte Agenda, setzen. Mit dieser Funktion werden Medien vor allem kognitive Effekte unterstellt und nicht, wie in der „klassischen“ Stimulus-Response-orientierten Perspektive, Wirkungen auf Einstellungen oder Verhaltensweisen (Burkart 2002: 249). Dieser Ansatz fragt also nach den Folgen der medienspezifischen Auswahl und Gewichtung von Themen (Batinic/Appel 2008: 129).

Die *These der Schweigespirale* behauptet, dass Menschen ihre eigene Meinung dann eher verschweigen, wenn sie die Mehrheitsmeinung gegen sich glauben. Und so wird auch angenommen, dass Menschen ihre Überzeugungen auch öffentlich zeigen, wenn sie glauben, der Mehrheitsmeinung anzugehören (Burkart 2002: 263).

In der *Kultivierungsthese* wird davon ausgegangen, dass die Wirkungen des Fernsehens weniger in der Vermittlung spezifischer Einstellungen und Meinungen besteht, als vielmehr in der Kultivierung grundlegender Einstellungen über die soziale Realität (ebd.: 330).

Mit wachsendem Fernsehkonsum rückte das Verhältnis der Kinder und Jugendlichen zum Fernsehen ins wirkungsanalytische Blickfeld, vor allem die Frage, ob Gewaltdarstellungen aggressives Verhalten hervorrufen bzw. verstärken können. Wie insgesamt bei der Wirkungsforschung vermengen sich bei diesem öffentlichen Thema die unterschiedlichsten theoretischen Ansätze und methodischen Zugänge. So kann zwischen den folgenden Thesen unterschieden werden (Burkart 2002):

In der *Inhibitionsthese* geht man davon aus, dass Mediengewalt hemmend auf die Äußerung aggressiver Emotionen und Verhaltenstendenzen wirkt, zumal dann, wenn sie

von der Umwelt missbilligt werden. Ausserdem bewirken realistische Gewaltdarstellungen eher Ängste als Aggressionen (ebd.: 338).

Die *Habitualisierungsthese* hingegen geht davon aus, dass Mediengewalt eine Abstumpfung emotionaler Sensitivität bewirkt so, dass Gewalt als normales Mittel zur Durchsetzung eigener Interessen bzw. zur Lösung von Konflikten betrachtet wird (ebd.: 338) Diese These betont somit die kumulativen, langfristigen Effekte von Medienwirkung. Danach nimmt die Sensibilität gegenüber Gewalt durch den ständigen Konsum von Fernsehgewalt ab. Gewalt wird als normales Alltagsverhalten betrachtet an das sich Zuschauer gewöhnen (ebd.: 342).

Die *Katharsisthese* betont, dass Mediengewalt für den Zuschauer insofern eine Ersatzfunktion hat, als sie es ihm ermöglicht, durch identifizierende Teilhabe an der dargestellten Aggressivität auf eigene Aggressivität zu verzichten. Die Betrachtung medialer Gewaltdarstellungen senkt also die Aggression bzw. die Aggressionsbereitschaft der Rezipienten (ebd.: 337).

Mediengewalt regt zu aggressivem Verhalten bzw. zum Erlernen aggressiven Verhaltens an, wenn man sich auf die *Stimulationsthese* bezieht. Diese These behauptet, dass mediale Gewaltdarstellungen die Aggressionsbereitschaft sowie tatsächlich geübtes aggressives Verhalten beim Betrachter steigern (ebd.: 339).

Diese *Erregungsthese* geht davon aus, dass Medieninhalte generell, nicht nur Gewaltakte, dazu geeignet sind, die Rezipienten in emotionale Erregung zu versetzen, die die Bereitschaft erhöhen, auf Umweltreize intensiv zu reagieren (ebd.: 340).

In der *Imitationsthese* wird davon ausgegangen, dass gewalthaltige Unterhaltungssendungen die Zuschauer, insbesondere Kinder, mit Handlungsmustern versorgen können, unter ähnlichen situativen Bedingungen in manifestes Verhalten umgesetzt werden können, also nachgeahmt werden (ebd.: 430).

Die *Suggestionsthese* behauptet, dass eine z.B. in einem Fernsehfilm gezeigte Gewalttat derart suggestive Wirkungskraft besitzt, dass es mehr oder weniger direkt im Anschluss daran zu Nachahmungen kommt (ebd.: 341).

3.2. Erkenntnisse der Medienwirkungsforschung

Die Einflussmöglichkeiten und Wirkungschancen der Medien sind nicht auf einen einfachen Nenner zu bringen und können nicht abgetrennt untersucht und bestimmt werden. Die Bedeutung und Funktionen der Medien variieren gemäß der im Blickwinkel stehenden Sozialisationsinstanzen, den untersuchten Themen und den zur Diskussion stehenden Vermittlungsmechanismen. Sozialisierende Wirkungen sind immer durch interpersonale Kommunikations- und Einflusstrukturen wie der Familie, Schule und Kameraden vermittelt und modifiziert (Bonfadelli 1981: 69). Mit der fortschreitenden Verbreitung des Fernsehens entstand in den 50er Jahren eine Diskussion über die Wirkung des Fernsehens. Auslöser war die stetig zunehmende Darstellung von Gewaltakten im Fernsehen (Matz 2005: 103).

Glogauer beschäftigte sich in seiner Studie mit schädlichen Folgen des übermäßigen Fernsehkonsums. Diese werden verursacht durch Bewegungsstau und gewalttätige Darstellungen (Glogauer 1995).

Die Folgen des Viel- und Exzessivsehens sind wegen des stundenlangen Sitzens für Kinder in verschiedener Hinsicht schädlich, gerade für die 7-10jährigen, für die Bewegungsfreude und Tätigkeitsdrang charakteristisch sind. Allein der Bewegungsstau führt bei vielen zu aggressivem Verhalten. Diese Doppeldosis, zu lange ruhig sitzen und das Erleben von aktionsbetonten, gewalttätigen Darstellungen, führt bei manchen zu ungehemmten, aggressiven Handlungen. Langes Sitzen vor dem Fernseher muss zwangsläufig den Bewegungsorganismus schädigen. Beim Fernsehen ist vor allem aber das Auge gefordert, im Vergleich zum Sehen in der Wirklichkeit jedoch in unzureichender Weise, so dass Augenschwäche entstehen kann. Unter den Kindern, die zu den Vielsehern von Fernsehsendungen gezählt werden lässt sich auch beobachten, dass diese weniger lesen, als Kinder die seltener fernschauen. Hier bestehen selbstverständlich Zusammenhänge zur Ausstattung mit Geräten, besonders mit der Anschaffung von einem oder zwei zusätzlichen Fernsehgeräten, der Anschaffung von Videorecordern und Computer. Diese in vielen Familien ständig fortschreitende Ausstattung und der persönliche Besitz bei Kindern führt zur Verlängerung der

Fernsehzeiten, zumal wenn Programme per Satelliten- und Kabelfernsehen empfangen werden können (ebd.: 23 ff)

Eine weitere Folge des Fernsehkonsums ist, dass sich Kinder vielfach nicht mehr mit reinen Kindersendungen zufrieden geben. Und die letzten Tabus der Menschheit und Gesellschaft werden in Gewalt- und Pornovideos, Fernsehsendungen und –filmen gebrochen, wie Schutz der Schwachen, Gefährdeten und Verletzten, das Verbot, an Leichen zu manipulieren oder Menschen zu quälen. Die Medien legen zudem für alle, auch für Kinder, alle Formen der Sexualität und Bereiche der Pornographie offen. Es gibt kaum noch sexuelle Barrieren, und die Schamlosigkeit wird ein Vehikel für Spaß in letzter Zeit immer mehr auch in sogenannten Unterhaltungssendungen (ebd.: 29). Bei der Studie von Glogauer zeigt sich, dass Kinder im Alter von 6 bis 8 Jahren jeweils eine ganze Reihe unterschiedlichster Sendungen in ihrem Programm haben, die meisten aus dem Erwachsenenprogramm. Kinder und Jugendliche waren schon immer neugierig auf die Welt der Erwachsenen, weil sie schon immer gewusst haben, dass es auch einmal ihre Welt sein wird. Das Kino, Fernsehen und Videofilme usw. befriedigen diese Neugier für das Erwachsenenleben heutzutage lückenlos und stacheln sie für immer wieder neue Bereiche an (ebd.: 30).

Ein Schwerpunkt der Medienwirkungsforschung ist seit geraumer Zeit die Frage, inwieweit Medien aggressiv machen, ob Gewaltdarstellungen in den Medien zur Lösung von Problemen in der Realität übernommen werden und ob es kriminogene Einflüsse gibt. Besonders überzeugend mit ihren Ergebnissen sind Untersuchungen über einen längeren Zeitraum an der gleichen Probandengruppe, die sogenannten Langzeitstudien. Lefkowitz untersuchte die Wirkungen des Fernsehens auf das aggressive Verhalten an einer Gruppe von 800 Schülern zuerst in der 4. und dann in der 13. Klasse. Je mehr Gewalt die Fernsehprogramme enthielten, die die Kinder in der 3. Klasse bevorzugten, desto aggressiver war ihr Verhalten zehn Jahre später. Ständiger Konsum von Mediengewalt bewirkt zudem eine zunehmende Unempfindlichkeit gegenüber Gewalt in den Medien und auch im realen Leben (ebd.: 154).

Die Untersuchung von Lefkowitz wurde 1977 veröffentlicht. Eine analoge Untersuchung, durchgeführt von der Soziologin Inga Sonesson aus Schweden und 1989 veröffentlicht, hat die gleiche Gruppe von 200 Kindern bzw. Jugendlichen zwischen

dem 6. und 16. Lebensjahr, also ebenfalls über einen Zeitraum von zehn Jahren, hinsichtlich des Einflusses von Mediengewalt untersucht. Kinder, die bereits mit sechs Jahren viel Video- und Fernsehgewalt konsumierten, waren auch in späteren Jahren deutlich aggressiver als Kinder, die deutlich weniger Videos und Fernsehen konsumiert hatten. Das aggressive Verhalten der Vielseher von Mediengewalt stieg mit zunehmendem Alter. In den neunten Klassen war ihre Aggressivität besonders ausgeprägt. Dazu gehörten auch strafbare Handlungen wie Vandalismus und häufig Einbruchsdelikte. Ausserdem waren die Vielseher auffällig konzentrationschwach. Die Mädchen verarbeiteten die Mediengewalt, z.B. in Horrorfilmen, mehr in introvertierter Weise und zeigten häufig emotionale Störungen in Form von Alpträumen (Glogauer 1995: 155).

EMPIRISCHER TEIL

4. WISSENSCHAFTLICHE METHODIK

Ziel dieser, als ausdrücklich formulierten explorativen Studie, ist es herauszufinden was Eltern über die Einstellung ihrer Kinder zum Fernsehen und über deren Fernsehrezeption glauben zu wissen. Dabei wurde ein qualitativer Forschungszugang gewählt, weil dieser einen zentralen, weil leistungsfähigen Zugang darstellt vor allem für tieferliegende Strukturen und Bedeutungsprozesse, insbesondere wenn im Mittelpunkt Kinder in ihren lebensweltlichen Zusammenhängen stehen (Paus-Haase/Schorb 2000: 15)

4.1. Datenerhebung

Die Forschung wurde im Raum Wien durchgeführt. Die Verfasserin der Arbeit interviewte hinsichtlich der Fragestellung 11 Elternteile und jeweils deren Kind im Alter zwischen 8 und 10 Jahren.

4.2. Stichprobengröße und Auswahl der Befragten

Die Stichprobengröße war vorab nicht definiert, wurde allerdings anhand der Schneeballtechnik zusammengestellt. Von einem Einzelkontakt ausgehend wurden immer weitere Kontakte geknüpft (Klammer 2005: 190). Die Befragten wurden explizit danach gefragt, ob aus ihrem Freundes- bzw. Bekanntenkreis jemand für ein Interview in Frage käme. Die Befragten nannten Freunde und Bekannte, von denen sie glaubten, dass sie etwas zur Fragestellung der Studie beisteuern könnten. Es wurde jeweils ein Elternteil als auch dessen 8- bis 10jähriges Kind befragt, wobei das Geschlecht keine Rolle spielte.

4.3. Erhebungsmethode

Mittels Leitfaden-Interviews wurden die TeilnehmerInnen der Studie befragt. Anschließend wurden die Interviews mittels der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2000) ausgewertet. Die Daten wurden somit auf diese Weise erhoben, ausgewertet, analysiert und interpretiert.

4.4. Leitfaden

Durch den Leitfaden und die darin angesprochenen Themen erhält man ein Gerüst für die Datenerhebung und Datenanalyse. Auf diese Weise können Ergebnisse unterschiedlicher Interviews vergleichbar gemacht werden. Dennoch lässt es genügend Spielraum, spontan aus der Interviewsituation heraus neue Fragen und Themen einzubeziehen oder bei der Interviewauswertung auch Themen herauszufiltern, die bei der Leitfaden-Konzeption nicht berücksichtigt wurden (Bortz/Düring 1995: 289).

4.5. Einstiegsfrage

Die Einstiegsfrage wurde für alle Interviews festgelegt. Die Reihenfolge der restlichen Fragen war nicht von Bedeutung. Aufgrund des hohen Spielraums konnten die Befragten im Laufe des Interviews auch eigene Themen anbringen.

4.6. Gesprächsführung

Während des Interviews lag ein Leitfaden zur Seite, um auf relevante Aspekte im Verlauf des Interviews zurückgreifen zu können, wobei der/die InterviewpartnerIn aufgefordert wurde möglichst frei zu erzählen (Kromrey 2000: 364). Als Gesprächseinleitung wurden Informationen erteilt, zu welchem Zweck das Interview dient, dass alle Daten streng vertraulich behandelt werden und es wurde auch ein Hinweis auf die Tonbandaufnahme während des Interviews erteilt.

4.7. Datenerfassung

Die Datenerfassung erfolgte zeitgleich mit der Datenerhebung, durch die Aufnahme des Gesprochenen auf ein Tonbandgerät. Das transkribierte Material dient als Datengrundlage.

4.8. Datenauswertung

Für die Datenauswertung wurde die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring gewählt, weil die Stärke dieses Verfahrens darin liegt systematisch, regelgeleitet und komplexitätsreduzierend auch große Materialmengen zu bearbeiten (Mayring 2000: 116). Diese Analyse beruht darauf das Material so zu reduzieren, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben. Durch die Abstraktion wird ein überschaubarer Corpus geschaffen, der immer noch ein Abbild des Grundmaterials ist (Mayring 2007: 58).

Bei der zusammenfassenden Inhaltsanalyse werden folgende Schritte angewendet (vgl. Mayring 2007: 60, 61):

- Paraphrasierung: Einzelne Kodiereinheiten werden in eine knappe, nur auf den Inhalt beschränkte, beschreibende Form umgeschrieben. Dabei werden bereits nichtinhaltstragende Textbestandteile fallengelassen und die Paraphrasen sollen auf einer einheitlichen Sprachebene formuliert sein.
- Generalisierung: das Abstraktionsniveau wird bestimmt. Alle Paraphrasen werden verallgemeinert (generalisiert).
- Erste Reduktion: bedeutungsgleiche und nicht inhaltstragende Paraphrasen werden gestrichen.
- Zweite Reduktion: mehrere, sich aufeinander beziehende und oft über das Material verstreute Paraphrasen werden zusammengefasst und durch eine Aussage wiedergegeben.

5. ZUSAMMENFASSUNG DER EMPIRISCHEN ERGEBNISSE

5.1. Warum Kinder fernsehen

Werden Eltern nach den Motiven der Fernsehnutzung ihrer Kinder gefragt, so decken sich diese zur Gänze mit den genannten Bedürfnissen, wie in den Kapiteln 1.3. und 1.4.4. beschrieben. In allen Interviews gab es eine Übereinstimmung der genannten Motive der Kinder und den diesbezüglichen Aussagen ihrer Eltern.

Kinder sehen fern „um Spaß zu haben“ (Interview 1, 77) „um etwas zum Lachen zu haben“ (Interview 3, 79) „den Alltag zu vergessen“ (Interview 8, 14) „sich eine Pause zu gönnen“ und den „Kopf frei zu bekommen“ aber auch um „etwas Neues zu lernen“ (Interview 9, 32).

In einem Interview heißt es, „ja vielleicht brauchen sie auch die Ruhe nach so vielen Stunden in der Schule“ (Interview 5, 51). Weiter betont die Interviewperson im gleichen Gespräch, dass der Fernseher dazu da ist um „nur da zu sitzen und zu schauen“. Der Fernseher dient „einfach nur zur Unterhaltung“, so dass die Kinder „nichts machen und nichts denken, sondern nur schauen“ (Interview 5, 52–54).

Eine Mutter meint in einem Interview, „meine Kinder sehen aus den gleichen Gründen fern, wie wir Erwachsene. Nur uns Erwachsenen verbietet niemand den Zugang. Wir brauchen keine Erlaubnis“ (Interview 1, 177-179).

In einem anderen Interview heißt es, „das Wichtigste beim Fernsehen ist es, dass es dem Kind Spaß macht. Dass es Neues lernen kann und vor allem nicht sinnlos Zeit vergeudet“ (Interview 9, 72-74). Im selben Interview heißt es auch, „mir ist es wichtig, dass mein Kind, sich auch entspannen kann, vor allem nach einem langen Schultag, bevor es wieder seinen Schulpflichten nachgehen muss“ (Interview 9, 74-76).

Aus einem anderen Interview geht hervor, dass Kind zu sein an sich schon anstrengend ist. Da ist es für Eltern auch wichtig, dass das Kind „einfach nur mal fernsieht, Spaß daran hat und mehr nicht, aber in einem gesunden Ausmaß. Zu viel des Guten ist auch nicht Gut“ (Interview 3, 112-114).

5.1.1. Mittel gegen Langeweile

Der Fernseher dürfte, so wie in den Interviews sehr oft bestätigt, neben den bereits genannten Gründen, vorwiegend der Unterhaltung und der Spaßfunktion, noch die Funktion der Entgegenwirkung von Langeweile erfüllen. Wenn es um das Einsetzen des Fernsehens als Mittel gegen Langeweile geht, so gibt es unter den Eltern zwei unterschiedliche Meinungen.

In einem Interview meint eine Mutter, dass der Fernseher Kindern hilft „Langeweile zu beseitigen“ und das sei auch normal (Interview 9, 46). In einem weiteren Interview wird betont, dass das Kind manchmal Tage hat, an denen es nicht weiß, wie es sich beschäftigen soll und da eben auch gelegentlich länger fernsieht als sonst (Interview 7). An dieser Stelle wird auch angemerkt, dass man Kinder weder zum Spielen, noch zu anderen Aktivitäten zwingen kann, wenn sie gerade keine Lust dazu haben und sich sonst langweilen würden.

In anderen Interviews wird das Thema der Langeweile völlig anders wahrgenommen, nämlich als Problem. Eine Mutter ist der Meinung, dass es nicht gut ist, wenn sich ihre Kinder langweilen und sich dem Fernseher zuwenden, weil dies darauf hinausläuft, dass sie zu stark „vom Fernseher abhängig“ sind (Interview 8, 19). Sie „vergessen“ kreativ zu sein und haben auch keine Ideen, wie sie sich anders beschäftigen können (Interview 8, 21). Deswegen ist es ihr als Mutter und als Vorbild, sehr wichtig, den Kindern dabei behilflich zu sein, ihre Freizeit auch sinnvoll zu gestalten und nicht nur fernzuschauen um die „Zeit totzuschlagen“ (Interview 8, 24). Daraus ergibt sich die Notwendigkeit für Eltern mit ihren Kindern auch gemeinsam etwas zu unternehmen, wenn sie zuhause sind. An dieser Stelle heißt es, „deshalb ist es mir wichtig, dass ich, wenn ich zuhause bin, mit meinen Kindern gemeinsam spiele. Wenn das Wetter schön ist, animiere ich sie sowieso zum Rausgehen, um die Zeit, mit der sie zuhause nichts anfangen können, zusammen mit anderen Kindern verbringen. Sie lernen dann auf diese Weise, dass der Fernseher nicht der Mittelpunkt ihrer Freizeit sein kann. Und bis jetzt gelingt uns das allen ganz gut“ (Interview 8, 26-30).

Eine Mutter meint auch, „ich erkenne ja meistens daran, dass sich mein Kind langweilt, wenn ich sehe, dass er ständig zwischen den Sendern hin und herschaltet. Das ist dann für mich ein Zeichen, dass ich ihm ein bisschen helfen muss sich aufzurappeln. Weil einfach nur hin und herschalten ist für mich unnötige Zeitverschwendung. Da versuche ich ihn zum Lesen oder sonst etwas zu überreden. Fernschauen sollte ja nicht ganz sinnlos sein. Das ist dann nur unnötiger Zeitfresser“ (Interview 1, 107).

5.1.2. „Am Laufenden sein“ als ein Muss

Für Kinder ist es neben den bisher genannten Gründen auch zunehmend wichtig auf dem Laufenden zu sein und von Neuigkeiten, die für Kinder ihren Alters relevant sind, nicht verschont zu bleiben.

Eine Interviewperson meint, „ich kann ja verstehen, dass mein Kind da bestimmte Sender unbedingt sehen mag. Ich weiß ja, dass Kinder ja auch irgendwo Ansatzpunkte für ihre Spiele und Unterhaltungen suchen“ (Interview 6, 53-55). Das Rezipieren von gewissen TV-Sendern dient unter anderem auch dazu, in der Schule mit anderen Kindern mehr oder weniger mithalten zu können. Im gleichen Interview erzählt die Mutter, dass ihre Tochter über eine längere Zeit eine Fernsehsendung für Kinder angesehen hat und dann schließlich danach gefragt hat, ob sie auch ein T-Shirt mit dem Aufdruck der Hauptfigur dieser Kinderserie haben dürfte, schließlich hätte ihre Sitznachbarin in der Schule auch schon eines.

Eine andere Person betont, „irgendwo ist es wichtig, dass mein Kind auch eine Ahnung davon hat, worüber andere jetzt hier und da mal sprechen (Interview 1, 94-95). Die Begründung für diese Ansicht liegt darin, dass Kinder, die nicht am Laufenden sind, bzw. von dem Einen oder Anderen nicht bescheid wissen, oder nicht gehört haben sich unter Umständen auch als Aussenseiter fühlen können und dies sei für Kinder nicht von Vorteil. Aus diesem Grund erlaubt man dem Kind auch Fernsehsendungen anzusehen, auch wenn man von ihnen nicht ganz überzeugt ist (Interview 1).

5.1.3. Kinder brauchen Vorbilder

Kinder nutzen das Fernsehen auch dazu um Vorbilder zu suchen, die man Nachmachen kann. Sie finden Gefallen daran Fernsehfiguren, unabhängig davon, ob diese von Schauspielern oder von Comicfiguren verkörpert werden, als Verhaltensorientierungen wahrzunehmen.

Eine interviewte Mutter meint, dass sie das Nachmachen einer Filmfigur bzw. die Hauptfigur einer Serie, bei ihrem Kind schon öfters beobachten konnte (Interview 11). Dieses Nachmachen drückt sich darin aus, dass Kinder, in diesem Fall vor allem Mädchen, ihre singenden Stars, zuhause nachmachen in dem sie zum Beispiel in ihrem Zimmer die Lieder nachsingen und sich dabei verhalten wie ihre Vorbilder. Wenn es dabei bleibt, dass Kinder ihre Vorbilder nur auf diese Weise nachmachen, wie eben das Singen, dann wird das auch als „netter Zeitvertreib“ beschrieben (Interview 11, 63).

In einem weiteren Interview heißt es, dass Kinder immer einen Weg finden sich ein Vorbild im Fernsehen auszusuchen das sie imitieren möchten. Dabei sind der Kreativität der Kinder keine Grenzen gesetzt. „Manchmal kommen zu uns Nachbarskinder und dann spielen sie im Garten und weisen sich Rollen zu. Und dann ist jeder von ihnen eine bestimmte Person oder Gestalt, die sie dann nachspielen. Dann gibt es immer Diskussionen wer jetzt wer ist und so. Ja und dann merkt man dann schon, dass wenn Kinder fernschauen sie sich ihre Vorbilder suchen und sich dann auch schon mal gerne in ihre Rollen versetzen. Dann verwandeln sie auch gerne mal den Garten in eine andere Welt“ (Interview 1, 40-45).

Kinder beziehen sich oft auf gesehene Fernsehinhalte, dabei geht es nicht zwingend darum, Vorbilder nachzumachen, sondern auch gewisse Situationen in ihren Alltag einzubauen oder umzusetzen. In einem Interview erzählt eine Mutter, dass solche Situationen sehr viel Ruhe und Geduld seitens der Eltern abverlangen. Denn manchmal sehen Kinder etwas im Fernsehen was sie dann unbedingt versuchen umzusetzen. Dabei vergleichen Kinder oft ausgestrahlte Situationen in Familien mit den eigenen. Sie beobachten dabei ganz genau, was Kindern im Fernsehen erlaubt wird, was ihnen selbst verboten ist. Daraus ergeben sich oft Gespräche bzw. Diskussionen zwischen Kindern

und Eltern. Dabei bedienen sich Kinder oftmals Argumenten, die sie im Fernsehen gehört haben. Sie äußern dabei gelegentlich auch, dass andere Kinder nettere Eltern haben, als sie selbst, vor allem dann wenn ihnen etwas verboten wird, während im Fernsehen Kindern etwas erlaubt wird (Interview 8). Im gleichen Interview heißt es auch, „es ist aber nicht nur das Fernsehen woraus sich solche Diskussionen ergeben. Ich meine sicher vorwiegend, aber wenn er jetzt unbedingt etwas haben will, dann vergleicht er uns auch mal mit den Familien bzw. Eltern seiner Freunde, um das zu erreichen was er will. Aber das ist ja normal“ (Interview 8, 99-102).

5.1.4. Einblicke in das Erwachsenenleben

Das Fernsehen dient unter anderem auch dazu sich einen Einblick in das Leben von Erwachsenen zu verschaffen. Für Kinder scheint es insbesondere interessant zu sein Einsicht in Situationen zu gewinnen, die man als Kind im Alltag nicht erlebt. Aus diesem Grund sehen sie sich auch gerne Sendungen bzw. Filme für Erwachsene an, vorausgesetzt ihre Eltern stimmen dem zu.

Eine Interviewperson sagt in einem Gespräch, dass sie abends gerne bestimmte Serien ansieht und ihrem Kind erlaubt mitzuschauen, weil es unbedingt möchte. Sie erzählt, „da weiß ich aber auch, dass da nichts ist was sie nicht sehen dürfte und selbst wenn dann muss ich ihr im Nachhinein dann einiges erklären, aber das finde ich gut so. Man kann ja ein Kind nicht vor der Realität wegsperren“ (Interview 6, 15-19).

In einem Interview meint eine Mutter diesbezüglich, „das Fernsehen ist eben die beste Möglichkeit, zu sehen wie Erwachsene sich benehmen, wie sie handeln und so“ (Interview 9, 37, 38). Ausserdem seine Kinder „kleine Imitatoren“ und „Beobachter“, die das Leben von Erwachsenen sehr spannend finden. Dabei stellen sie es sich „wahnsinnig toll“ vor. Im selben Interview heißt es auch, „ich war ja als Kind auch nicht anders. Als Kind möchte man ja sofort erwachsen sein“ (Interview 9).

5.2. Die Bedeutung vom Fernseher

5.2.1. Leben ohne Fernseher vorstellbar: ja / nein

Die Frage zu beantworten, ob sich das eigene Kind ein Leben ohne Fernseher vorstellen könnte, konnte in vielen Interviews nicht direkt mit einem Ja oder Nein beantwortet werden.

In einem Interview heißt es diesbezüglich, dass man ein Experiment durchführen müsste. Man müsste den Fernseher für eine Woche aus der Wohnung schaffen, um zu sehen was passiert (Interview 10, 55-57). In diesem Fall konnte sich die Mutter, kein mögliches Szenario vorstellen. Für sie wären alle denkbaren Auswirkungen möglich, wie das Kind mit so einer Situation umgehen würde.

In einem anderen Interview meint eine Person, dass wenn es sein müsste, sich die Kinder durchaus zu helfen wissen würden. In dieser Familie gibt es drei Geschwister und die Mutter geht davon aus, dass sie sich dann auf jeden Fall mehr aktiv miteinander beschäftigen würden. Die Zeit des Miteinanderspiels würde der gemeinsamen Zeit vor dem Fernseher stark überwiegen (Interview 5). „Wenn es sein müsste, dann glaube ich schon, dass meine Kinder, dadurch, dass sie ja zu dritt sind, sich da schon zurecht finden würden. Vielleicht nicht gleich, aber mit der Zeit bestimmt (Interview 5, 67-69).

In einem anderen Interview heißt es dann, „mein Kind sieht ja so oder so wenig fern. Das haben wir ihm als Eltern schon versucht so zu vermitteln, dass der Fernseher nicht das A und O ist. Wir haben da geregelte Zeiten für das Fernsehen und selbst diese nimmt er manchmal gar nicht wahr, weil er was besseres zu tun hat. Aber so absolut ohne Fernseher für den Rest des Lebens könnte ich mir für mich und für mein Kind gar nicht vorstellen. Irgendwo braucht man ihn dann ja doch“ (Interview 9, 102-107).

In einem anderen Interview heißt es, dass der Fernseher zwar nicht „überlebensnotwendig“ sei, er aber trotzdem eine gewisse Funktion erfüllt. Mit der gewissen Funktion ist gemeint, dass der Fernseher dazu dient die Zeit mit etwas zu füllen. Aus diesem Grund könnte sich die interviewte Person ein Leben ohne Fernseher

nicht vorstellen, obwohl sie sich wünschen würde, dass es umgekehrt wäre. Dann heißt es aber wiederum, „andererseits wenn sie mich fragen würden, ob ich ohne Fernseher leben könnte, dann würde ich zwar ja sagen, aber fehlen würde er mir genauso, also glaub ich auch, dass das auf mein Kind auch so zutrifft. Er ist nun mal nicht wegzudenken (Interview 11, 110-113).

Eine Mutter antwortet in einem anderen Interview hingegen definitiv mit einem Nein. Hier heißt es, dass das Kind das Fernsehen braucht. Für das Benötigen des Fernsehens wurden hier zwei Gründe genannt. Erstens sei das Kind ein Einzelkind und zweitens handelt es sich bei der Wohnumgebung um keine kinderfreundliche Gegend. Das Kind ist öfters auf sich selbst angewiesen und da bleibt dem Kind oftmals keine andere Wahl als fernzuschauen. Denn was soll ein Kind alleine machen. In diesem Fall heißt es, „da bin ich dann irgendwie froh, dass sie wenigstens fernschauen kann und zumindest so eine Beschäftigung hat“ (Interview 4, 29-30).

5.3. Die Erziehung zum bewussten Umgang mit dem Fernseher

5.3.1. Eltern als Vorbilder

Das wichtigste in der Erziehung zur Medienkompetenz in den Familien ist es, dass Eltern vorbildlich handeln. Wenn sie von ihren Kindern ein bestimmtes Verhalten verlangen, dann ist es für sie selbstverständlich, dass sie selbst nicht anders handeln können. Sie sind sich dessen bewusst, dass sie ihren Kindern ein Beispiel sind, an welchem sie sich orientieren können.

In einem Interview äußert sich eine Mutter, „ich habe schon in vielen Situationen gemerkt, dass mich mein Kind nachmacht. Ein ganz einfaches Beispiel, ist dass sie ja sogar meine Redensweise annimmt, also die Floskeln und so die ich schon mal öfters verwende. Und da ist es für mich selbstverständlich, dass wenn es um das Fernsehen geht, ich meinem Kind nicht etwas anderes vorleben kann, als das was ich von ihr erwarte. Das wäre widersprüchlich“ (Interview 9, 10-15). Weiters heißt es, „bei uns zu Hause ist es so, dass wir mit meinem Mann unter der Woche jeden Abend fernschauen, aber dann sind es immer wieder die gleichen Sendungen, also wir leben unserem Kind da schon eine gewisse Regelmäßigkeit vor. Und an Wochenenden schauen wir gemeinsam fern“ (Interview 9, 108-111).

Eine befragte Person meint, „es ist für Kinder wesentlich einfacher, sich an Regeln zuhause zu halten, wenn sie sehen, dass ihre Eltern das gleiche tun. Also würden wir den ganzen Tag faul vor dem Fernseher sitzen und sonst nichts tun, dann wäre das für unsere Kinder normal, und sie würden das gleiche tun. Und dann hätten wir kleine Couchpotatoes zuhause die nichts lieber machen würden als fernschauen. In solchen Fällen ist dann aber eine gesunde Entwicklung eines Kindes zum Scheitern verurteilt“ (Interview 5, 43-49).

Vorbildlich zu handeln erweist sich allerdings nicht immer so einfach. Daraus ergeben sich in den Familien Situationen in denen Eltern ihren Kindern erklären müssen, weshalb sie etwas dürfen, was ihren Kindern verboten wird.

Ausserdem ist es nicht immer so, dass Eltern ihren Kindern das vorleben, was sie selbst von ihnen erwarten, wie das Beispiel eines anderen Interviews zeigt. Eine befragte Mutter meint, „sicher ist es so, dass ich jetzt nicht ewig lang vor dem Fernseher auf dem Sofa liege, aber ich kann jetzt auch nicht sagen, dass ich sowas wie einen geregelten Fernseh Ablauf habe. Also ich schau mal das mal jenes. Je nachdem was mich gerade interessiert. Und meinem Kind erlaube ich das nicht. Da ergeben sich dann natürlich Diskussionen. Dann heißt es immer, wieso darfst du das und ich nicht. Wieso darf ich nur eine Stunde am Tag fernschauen und du mehr. Da muss ich dann auch immer argumentieren, dass Erwachsene nun mal andere Rechte haben als Kinder, und wenn sie groß ist, dann wird sie das auch dürfen“ (Interview 10, 7-14).

5.3.2. *Bewusstes Aussuchen von Fernsehsendungen*

Wenn Kinder fernsehen, dann soll es kein wahlloses Fernsehen sein, sondern ein Rezipieren von bewusst ausgewählten Inhalten. Eltern geben ihren Kindern sehr selten die Möglichkeit sich selbst etwas auszusuchen, und wenn dies der Fall ist, dann informieren sich Eltern über die ausgestrahlten Inhalte.

In einem Interview betont eine Mutter, „bei uns ist es so, dass meine Kinder zu mir kommen und mich fragen, ob sie sich etwas bestimmtes ansehen können. Und da bin ich ehrlich gesagt sehr froh darüber. Und ich mein, die meisten Sendungen kenne ich ja sowieso schon, und da weiß ich dann auch ob ich ihnen das erlauben soll oder nicht. Mir ist es auf jeden Fall wichtig, dass sie nicht zu viel von diesen Sendungen sehen, wo es im Prinzip immer nur am das Gleiche geht. Es macht ja recht wenig Sinn, wenn sie sich eine Sendung nach der anderen anschauen. Deswegen ist es bei uns so, dass es fix ist welche Sendungen sie sich pro Tag ansehen können. Und wenn dann mal was neues auf den Markt kommt, bzw. etwas altes wieder im TV gespielt wird, dann überlege ich mir auch schon mal ob das ok ist oder nicht“ (Interview 5, 90-99) und „wenn meine Kinder etwas sehen wollen, von dem ich noch nichts gehört hab, dann les` ich da schon mal im Internet nach, worum es da geht und wenn ich nicht die Zeit dazu

hab', dann schau ich mir da schon mal gerne mit ihnen etwas an, damit ich auch am Laufenden bin" (Interview 5, 100-103).

Eltern suchen aber auch bewusst mit ihren Kindern Sendungen aus, weil das Angebot mittlerweile sehr groß ist, und Kinder häufig auch überfordert sind, wenn es darum geht, sich nur eine oder zwei Sendungen auszusuchen, die sie sich dann jeden Tag ansehen dürfen.

Eine Mutter betont in einem weiteren Gespräch, „es gibt ja mittlerweile so viele Sendungen, vor allem von diesen japanischen, da finde ich es einfach absurd, meinem Kind zu erlauben sich mal die mal die anzusehen. Da ist es mir lieber wir entscheiden uns gemeinsam für eine oder zwei, und die darf er sich dann immer wieder ansehen. Und zwei pro Tag sind mehr als genug“ (Interview 1, 55-59).

Dabei ist es auch wichtig den Kindern zu erklären, dass im Fernsehen sehr viel ausgestrahlt wird und dass es darunter Sendungen gibt die nicht für jedes Alter geeignet sind.

Aus einem anderen Interview geht hervor, dass es sehr wichtig ist, sich mit den Kindern über das Fernsehen zu unterhalten. Insbesondere darüber was es im Fernsehen zu sehen gibt. Der Grund dafür liegt darin, dass die Bandbreite der Inhalte mittlerweile sehr groß ist, und es Serien gibt die für Kinder geeignet sind, die man sie ohne bedenken anschauen lassen kann. Aber es gibt auch solche, die Eltern für ihre Kinder nicht unbedingt in Ordnung finden (Interview 3).

Zudem heißt es, „die Sendungen die es früher für Kinder gab sind ja mit den heutigen überhaupt nicht mehr vergleichbar. Aber ich kann ihnen ja den heutigen Schrott nicht ganz verbieten. Deswegen versuch' ich immer am Laufenden zu bleiben und mitzuschauen, wenigstens nebenbei, wann immer das auch möglich ist. Man kann Kinder nicht einfach so dem Fernsehen überlassen. Das wäre einfach unverantwortlich. Es hat heute alles irgendwo einen Einfluss auf ihre Entwicklung, und das kann man nicht dem Zufall überlassen“ (Interview 8, 59-68).

5.3.3. *Fernseher als eines von vielen Gestaltungsmöglichkeiten der Freizeit*

Eine befragte Mutter sagt, „wir haben unsere Kinder schon von Anfang an so erzogen, dass der Fernseher so eine Art kleine Ergänzung zur Unterhaltung darstellt. Aber eben so als ein nebensächliches Ding. Wir haben sie ganz langsam an den Fernseher angenähert. Als sie ganz klein waren haben wir immer nur ganz kurze Sendungen mit ihnen angesehen und tagsüber dann so viele andere Dinge mit ihnen gemacht und das haben wir so bis heute immer gehandhabt. Jetzt sind sie größer und sie schauen noch immer täglich sehr wenig fern. Also mittlerweile maximal eine Stunde, aber nicht, weil wir es so streng verbieten würden, mehr zu schauen, sondern einfach nur, weil es sie nicht interessiert. Sie spielen viel lieber alle zusammen oder mit den Kindern von nebenan, als dass sie jetzt stundenlang vor dem Fernseher sitzen“ (Interview 2, 29-39).

Es gibt aber auch Familien, in denen der Fernseher zwar längere Zeit aufgedreht ist, dieser aber trotzdem nicht als Mittelpunkt des Familienlebens fungiert. Eine interviewte Mutter betont, „wenn wir nachhause kommen, also ich oder meine Kinder, da schalten wir dann schon gerne den Fernseher ein und dann rennt er nicht eine oder zwei Stunden, sondern den ganzen Nachmittag und am Abend auch noch. Das heißt jetzt aber nicht, dass wir die ganze Zeit hinschauen und nichts anderes dabei machen. Meine Kinder spielen meistens gemeinsam Gesellschaftsspiele und der Fernseher rennt dabei, aber sie schauen nicht hin. Ich bin meistens mit Haushaltsarbeiten beschäftigt. Er rennt dann halt damit man nebenbei noch etwas anderes mitbekommt. Es ergeben sich dann auch nette Unterhaltungen dadurch. Da hören meine Kinder etwas im Fernseher und fragen dann was damit gemeint ist. Oder wenn sie etwas hören oder sehen, von dem sie keine Ahnung bis jetzt hatten. Aber das sollte ich vielleicht auch dazu sagen, das sind jetzt nicht irgendwelche Sender, sondern meistens Animal Planet oder Discovery Channel oder so. Da weiß ich auch, dass da nichts unsinniges läuft“ (Interview Z, 21-33).

„Der Fernseher ist ja schön und gut. Aber zu viel davon versuch` ich bei uns zu Hause zu vermeiden. Was ich nämlich überhaupt nicht mag, ist wenn der Fernseher

manchmal als Babysitter verwendet wird. Das bekommt man ja auch in anderen Familien mal mit. Und wir versuchen unsere Kinder eben so zu erziehen, dass für sie der Fernseher nicht das wichtigste ist. Also, dass sie eben wissen sich anders zu beschäftigen. Also ich versuch dann, meine Kinder, so oft es geht hinaus in den Garten oder auf den Spielplatz zu schicken, oder ihnen zu zeigen, dass sie sich auch anders beschäftigen können, ohne jetzt Fernzusehen“ (Interview 1 Z 146-154)

5.3.4. Wenn Kinder alleine fernsehen

5.3.4.1. Vertrauen und Kontrolle

Kontrolle scheint ein sehr wichtiger Aspekt im Fernsehverhalten von Kindern zu sein. Eltern haben das starke Bedürfnis danach zu wissen was ihre Kinder im Fernsehen ansehen. Sie möchten wissen mit welchen Fernsehinhalten sich ihre Kinder bewusst oder unbewusst auseinandersetzen müssen. Dabei unterscheidet sich das Verhalten der Eltern bezüglich der Kontrolle je nachdem ob im ganzen Haushalt nur ein Fernsehgerät vorhanden ist, oder ob die Kinder in ihrem Zimmer über einen eigenen Fernseher verfügen.

In einem Interview erzählt eine Mutter, deren Kind einen eigenen Fernseher im Zimmer besitzt, „mir ist es sehr wichtig, zu wissen was sich mein Kind ansieht. Deswegen kontrollier ich das auch öfters. Aber das versuche ich so zu machen, dass er sich dabei nicht denkt, dass ich in sein Zimmer platze um zu schauen was er grad` schaut. Da bringe ich ihm mal seine frische Wäsche, oder schau ob die Blumen im Zimmer gegossen sind und so“ (Interview 10, 40-44).

„Wir haben uns mit meinem Mann dazu entschieden, unserem Kind einen Fernseher ins Zimmer reinzustellen, damit es ungestört fernschauen kann, weil bei uns im Wohnzimmer immer so viel los ist. Aber natürlich schau` ich da ab und zu mal rein, und frag` nach was sie grad` schaut. Ob es interessant ist und worum es da geht. Da frag` ich aber auch nur dann, wenn ich die Sendung nicht kenn. Ansonsten wenn ich sie

kenn` dann hab` ich da auch keine Befürchtungen, dass da was kommt was mir nicht gefallen würde“ (Interview 4, 67-73), heißt es in einem anderen Interview.

Obwohl in der Eltern-Kind-Beziehung Vertrauen vorhanden ist, fühlen sich Eltern sicherer wenn sie ihre Kinder kontrollieren können. So heißt es zum Beispiel, „eigentlich weiß ich ja was und wann sich mein Sohn im Fernsehen ansieht, weil wir uns das alles ausgemacht haben. Aber nachdem er ja den Fernseher im Zimmer hat könnte es ja sein, dass er mal switched und sich was anderes ansieht. So auf die Art wo das Auge hinfällt. Und ich mag diese vielen Nachmittagssendungen auf RTL zum Beispiel oder Pro7 gar nicht. Deswegen schau` ich mal hin und wieder zu ihm, wenn ich grad` durch die Tür hör, dass er fernsieht. Falls er was anderes sehen sollte, dann wüsste ich das nämlich gerne. Dann wüsste ich ob ich mich mit ihm darüber unterhalten sollte oder nicht. Es ist ja auch nicht alles so kingerecht, wie es zu sein scheint“ (Interview 9, 60-68). In dem selben Interview heißt es aber auch, „es ist nunmal so, dass Kinder auch nicht immer sagen, was sie gerne schauen wollen, weil sie ja schon wissen, wo wir Eltern dem dann halt nicht zustimmen. Deswegen ist es mir mal wichtig so mal zu ihm ins Zimmer zu gehen und einen Blick auf den Bildschirm zu werfen, was er da grade schaut. Und ob da nichts ist was ich ihm verbieten sollte“ (Interview 9, 53-57)

In den Haushalten in denen nur ein Fernsehgerät vorhanden ist, ist dieses immer im Wohnzimmer, sprich im Mittelpunkt der Wohnung platziert. In diesen Fällen findet zwar Kontrolle statt, wird aber nicht direkt als Kontrolle bezeichnet, da sie eher unbewusst vorgenommen wird.

Eine Interviewperson erzählt, „ich bin Nachmittags immer schon zuhause, wenn meine Kinder von der Schule nachhause kommen. Und wenn sie fernsehen dann bin ich eigentlich immer dabei. Da muss ich ehrlich zugeben da schau ich auch öfters mit, da bin ich eigentlich immer am Laufenden. Finde ich aber auch gut, weil wenn sie sich mit mir dann über etwas bestimmtes unterhalten wollen, was sie gerade gesehen haben, dann weiß ich ja wenigstens bescheid“ (Interview 8, 67-72). „Ich würde jetzt nicht sagen, dass ich sie kontrolliere, weil ich ja im Wohnzimmer wäre, wenn sie nicht gerade fernschauen würden. Aber andererseits ist es mir schon wichtig gerade da anwesend zu sein. Also vielleicht ist es ja doch so eine Art Kontrolle. Ich verlasse den Raum ja auch nicht, damit sie dort in Ruhe schauen können, weil ich ja doch wissen möchte was sie

sehen. Das läuft ja jetzt doch darauf hinaus, dass ich sie doch kontrollier, je länger ich darüber nachdenke“ (Interview 8, 73-79) .

Sobald Kinder also alleine in ihren Zimmern fernschauen, sind die Meinungen der Eltern nicht eindeutig, ob sie ihnen vertrauen sollen oder doch kontrollieren sollten, ob sie nicht doch vielleicht was anderes rezipieren als ursprünglich ausgemacht.

Einerseits heißt es, „nachdem ich mir mit den Kindern ausgemacht habe, was und wann sie sehen dürfen, glaube ich schon, dass sie sich daran halten“ (Interview 1, 204-205). Dann heißt es aber, „ich schau aber auch gerne mal nach. Also es ist mir sehr wichtig zu wissen womit sie sich in ihrer Freizeit beschäftigen. Und das betrifft auch eben das Fernschauen. Aber andererseits finde ich es auch wichtig, meinen Kindern ein bisschen Freiraum zu geben, selbst zu entscheiden, was sie gerade sehen möchten. Und ich kann und möchte auch nicht in jede ihrer Entscheidungen eingreifen. Sie sollen selbst die Welt erkunden, und sich das auch ein wenig selbst aussuchen was sie im Fernsehen sehen wollen“ (Interview 1, 206-212).

Eine andere Interviewperson meint „ich lasse meinem Kind grundsätzlich die Wahl sich selbst Fernsehsendungen auszusuchen. Also ich traue meinem Kind zu, dass es sich da nichts ansieht, was ich von vornherein verbiete. Aber ganz so ohne Kontrolle geht das nicht. Da husch` ich dann schon mal kurz in ihrem Zimmer vorbei und schau` mal auf den Bildschirm“ (Interview 6, 47-51).

In einem Gespräch sagt auch eine Mutter, „also ich kontrollier` da immer wenn Sendungen wechseln was das ist. Also manche Sachen finde ich einfach nicht so besonders gut und dann schalte ich dann um. Und dann toben sie manchmal aber irgendwie akzeptieren sie das dann meistens. Ich mein also manche Dinge finde ich einfach nur brutal und deswegen möchte ich nicht, dass sie das anschauen“ (Interview 3, 49-53).

Eine Interviewperson meint auch, dass es wichtig sei zu wissen, welche Fernsehinhalte sich Kinder am Liebsten ansehen, weil sie der Meinung ist, dass der Fernseher auch einen gewissen Einfluss auf Kinder ausübt. Der Einfluss besteht laut der Aussage in diesem Interview darin, wenn Kinder versuchen nachzuahmen. Der Fernseher wird neben den Eltern, der Schule gewissermaßen auch als Miterzieher

betrachtet. Deshalb sei es wichtig, wenn es möglich ist, d.h. wenn man mit seinen Kindern zuhause ist, zu kontrollieren was sie sich im Fernsehen ansehen. Problematisch ist es mit dem Nachvollziehen der gesehenen Inhalte wenn Eltern nicht zuhause sind, während ihre Kinder fernsehen. In diesem Interview heißt es, „wenn ich nicht zuhause bin, dann weiß ich ja auch nicht was sie da wirklich sehen. Ich mein` ich frag` dann schon nach und dann nennen sie mir ja ihre Serien und da weiß ich dann ja auch dass die dann wirklich in dem Zeitraum zu sehen sind wo sie alleine zu Hause sind. Aber ich mein, vielleicht schalten sie dann ja zwischen den Sendern herum und sehen mal was anderes. Also ich bin ein absoluter Gegner von diesen Sendungen bei RTL, wenn ich mich jetzt nicht täusch`. Da laufen dann ja ab 14 Uhr Sendungen die ja völlig ausgedacht sind, aber doch so im realen Leben stattfinden. „Mitten im Leben“ oder so heißen die, und da sind auch manchmal Dinge zu sehen, die mir ganz und gar nicht gefallen. Und da weiß ich dann ja auch nicht ob sie das gesehen haben oder nicht. Aber ich kann ja meine Kinder nicht vor allem Bösen und Schlechten irgendwie beschützen, sonst müsste ich sie ja zuhause einsperren“ (Interview 8, 44-56) Vertrauen ist demnach zwar wichtig, Eltern vergewissern sich allerdings doch lieber, dass ihre Kinder nichts im Fernsehen sehen, was sie nicht dürften, allerdings kann man nicht immer an Ort und Stelle sein und alles prüfen.

5.3.5. Geregelte Fernsehzeiten

Beim zunehmendem Fernsehkonsum scheint es, als könnte man auf geregelte Fernsehzeiten nicht mehr verzichten, wobei diese von Familie zu Familie unterschiedlich gehandhabt werden. Und obwohl in den Familien Fernsehzeiten festgelegt sind, so halten sowohl Kinder als auch Eltern diese selten zur Gänze ein. In den meisten Fällen wird von ihnen abgewichen.

Geregelte Fernsehzeiten sind sehr wichtig, denn ansonsten würde der Fernsehkonsum der Kinder großen Ausmaß annehmen. In einem Interview erzählt eine Mutter, dass ihr Kind mit 4 oder 5 Jahren begonnen hat fernzuschauen. Damals durfte ihr Sohn eine halbe Stunde täglich fernsehen und zwar von halb 7 bis 7 am Abend, da

um diese Uhrzeit nette Kindersendungen zu sehen waren. Allerdings wird der Konsum, so die Mutter, immer größer. Es ändern sich sowohl die Sendungen als auch die Wünsche. Zudem ist auch der Druck von Seiten anderer Kinder groß. Die Mutter betont, „also wenn man ihnen die freie Wahl lassen würde, dann würde er auch viel schauen. Man muss es also auf jeden Fall einschränken, weil sonst ist der Konsum sehr groß. Also mittlerweile erlaube ich ihnen schon bis zu einer Stunde, manchmal ein bisschen mehr“ (Interview 1, 9-19).

Ein Befragte meint diesbezüglich, dass ihre Tochter zwar fixe Sendezeiten hätte zu denen sie fernschauen darf, allerdings betont sie auch, dass „wenn es aber mal einen netten Film am Wochenende spielt, dann schauen wir uns den alle zusammen an. Und wenn sie dann unter der Woche mal auch was anderes schauen will, dann entscheide ich da auch immer danach, ob ich weiß worum es da in etwa geht oder nicht. Also bei uns bestätigen Ausnahmen die Regeln“ (Interview 10, 15-20).

In einem weiteren Gespräch heißt es, dass die Kinder unter der Woche eine Stunde, und zwar von 18 bis 19 Uhr fernschauen dürfen. Sie versuchen aber immer wieder die erlaubten Fernsehzeiten in die Länge zu ziehen, indem sie ihre Mutter dazu überreden, die nicht selten nachgibt. „Da überreden sie mich dann noch bis viertel Acht oder so und am Wochenende da schauen sie mehr, da dürfen sie dann. Da gibt's dann auch immer so einen Kinderfilm von 7 bis halb 9 da dürfen sie dann halt auch schauen. Aber ansonsten möchte ich, dass sie so wenig wie möglich fernschauen, eigentlich. Und sie halten sich daran, also sie haben schon resigniert, sie wissen das jetzt schon, dass das die Zeiten sind, aber manchmal trixens mich aus und gehen zur Oma. Die wohnt hier gleich in der Nähe. Und dann fragen sie die. Dann schauen sie halt dort irgendwas was ich nicht unter Kontrolle hab` aber dann denk` ich mir halt ok. Das ist dann halt die Ausnahme, das ist dann auch in Ordnung. Ansonsten mag` ich halt, dass sie hauptsächlich KIKA schauen, also die sind wie soll ma` sagen, das sind so harmlosere, und da sind halt so nettere Filme, und dann zwischen 6 und 7 sind die Filme dann meistens, dass ich mir denk` das passt“ (Interview 3, 2-17)

In einer anderen Familie herrschen ebenso geregelte Fernsehzeiten. Hier scheint es, als wäre man sich der Gefahr bewusst, dass zu viele vorhandene Fernsehprogramme, die geregelten Fernsehzeiten ausser Gefecht setzen könnten. D.h. sobald eine größere

Anzahl an Programmen vorhanden ist, man früher oder später nicht mehr widerstehen kann und sich auf vieles mehr einlässt, als ursprünglich ausgemacht. Eine Mutter erzählt, „ich mag` nicht, dass die Kinder zu lange vor dem Fernseher bleiben. Da wir zweisprachig sind hab` ich schon gedacht ob wir eine Schüssel kaufen sollten, so dass die Kinder auch italienische Programme ansehen können und da habe ich entschieden lieber nicht, weil die Gefahr dass immer wieder andere Kanäle und andere Programme geschaut werden ist zu groß. Man hat nie ein Ende. Sowohl für uns Erwachsene als auch für die Kinder (Interview 5, 2-7). Und ich will nicht, dass man stundenlang Zapping macht. Man verliert dann auch ganz viel Zeit. (Interview 5, 9). Also wir Eltern schauen drei Stunden pro Tag und unsere Kinder eineinhalb Stunden unter der Woche. Am Wochenende länger“ (Interview 5, 40-41).

Eine Interviewperson meint, „also bei uns in der Familie gibt es festgelegte Zeiten. Meine Kinder haben pro Tag 2 Stunden zum Fernschauen. Und die sind bei uns fix. Da weiß ich dann auch was sie grad im Fernsehen schauen. Wir haben in unserer Wohnung ja zum Glück nur einen Fernseher und der steht im Wohnzimmer. Und wenn meine Kinder vor dem Fernseher sitzen, dann bin ich ohnehin im Raum wo ich dann auch mitbekomm` worum es bei den Sendungen geht (Interview 8, 2-7)

In einem weiteren Interview erzählt eine Person, „wir haben feste Fernsehzeiten. Also eigentlich haben wir uns ausgemacht wie lange er pro Tag fernschauen kann. Die Zeiten sind unterschiedlich. Mein Kind darf täglich nicht mehr als 1 Stunde fernschauen. Und da darf er nur die Sendungen auf KIKA schauen. Mit den Uhrzeiten ist es ganz unterschiedlich. Also je nachdem wann er mit den Hausaufgaben fertig ist. Ob halt schönes Wetter ist oder nicht und so. Aber es sollte halt nicht mehr als 1 Stunde täglich werden. Da achte ich ganz stark darauf“ (Interview 9, 2-8).

5.4. Bedenken bezüglich des Fernsehkonsums

Die Auseinandersetzung mit den rezipierten Fernsehinhalten und das Aufstellen von Fernsehnutzungszeiten ergeben sich aus einer Vielzahl von Bedenken, die Eltern bezüglich des Fernsehkonsums ihrer Kinder haben.

5.4.1. Angst vor inadäquaten Inhalten

5.4.1.1. Inhaltliche Überforderung

Bezüglich der Frage, welche Bedenken Eltern haben, wenn es um den Fernsehkonsum ihrer Kinder geht, heißt es in einem Interview zunächst, „ich sag` mal, so lange Kinder in ihrem Fernsehkonsum eingeschränkt werden, ihnen nicht zu viel erlaubt wird und man weiß was sie im Fernsehen anschauen, dann habe ich keine Bedenken. Absolut nicht“ (Interview 2, 98-100). Allerdings bleibt es nicht dabei und es wird hinzugefügt, „es darf halt nur nicht zu viel sein. Weil wenn Kinder zu viel schauen, dann werden sie vielleicht irgendwie davon abhängig und dann können sie auch nicht mehr so selbstständig denken und sich die Zeit selbst anders gestalten und außerdem glaube ich, dass dadurch die Konzentration stark beeinträchtigt werden kann. Und wenn Kinder zu viel mit neuen und fremden Informationen zu tun haben, dann sind sie damit auch schon mal überfordert, wenn sie zu jung dafür sind. Deswegen schau` ich immer dass ich das alles noch unter Kontrolle behalte (Interview 2, 101-107).

Kinder sind inhaltlich überfordert, wenn sie Fernsehsendungen rezipieren, die nicht ihrem Alter entsprechen, so die Meinung einer interviewten Mutter. Deswegen betont sie auch, „da hätt ich auch Angst wenn die Kinder alleine vor dem Fernseher wären und jetzt zum Beispiel hin und herschalten würden. Da können sie dann auch vieles vielleicht nicht einordnen. Da ist ja so viel Blödsinn, da hätt` ich Angst wenn sie zu viel sehen, was nicht in Ordnung ist“ (Interview 3, 63-65).

Aber nicht nur die inhaltliche Überforderung scheint ein großes Thema zu sein, sondern auch die Art und Weise wie Bilder dargestellt werden. Denn Darstellungen von

Kindersendungen haben sich in den letzten Jahren stark geändert. Eltern stehen vor allem neuen Kindersendungen skeptisch gegenüber.

In einem Interview werden Zeichentrickserien von früher den heutigen gegenüber stark präferiert. Eine Mutter meint diesbezüglich, „die sind nicht so brutal und so extrem bunt und computeranimiert, sondern eben noch diese nach schöner alter Art handgezeichnete Comics, Walt Disney zum Beispiel. Also wirklich ganz toll. Weil die neuen mag` ich ganz und gar nicht. Also diese neuen Comics, diese wie heißen die schnell, so wie DragonballZ oder so, die sind ja furchtbar. Und da gibt es so viele andere die so ähnlich sind. Die sind ja mit Computern animiert. Und das schlimme daran finde ich, dass die alle so gleich aussehen und am schlimmsten sind aber die Gesichtsausdrücke von den Gestalten. Da kann man ja gar nicht mehr unterscheiden ob der grad` lustig drauf ist, traurig, wütend oder so. Die sehen fast immer gleich aus, nur die Augen ändern sich. Und so was gefällt mir gar nicht. Ausserdem sind die modernen Zeichentrickserien sag` ich jetzt mal nicht so schön aufgebaut wie die traditionellen. Die von früher haben irgendwie immer einen schönen Hintergrund gehabt, also eine schöne Geschichte stand dahinter und irgendwie gab`s dann immer eine Moral der Geschichte. Das ist ja heute irgendwie verloren gegangen. Schade“ (Interview 9, 19-32).

In einem anderen Interview heißt es, „weil wenn er da zwischen den Sendern schaltet, dann könnte er eben durch Zufall auf a blöde Sendung kommen. Wie zum Beispiel auf „Autopsie – Mysteriöse Todesfälle“. Das spielt`s ja sogar um 19 Uhr herum. Und dann ist es ja klar, dass er mit sowas total überfordert wäre. Oder ich sag` jetzt mal Discovery Channel wo`s dann vielleicht wieder über das Ende der Welt reden. Das ist für ein Kind im ersten Moment ein Schock, und über sowas muss man sich dann unterhalten. Nur da muss man zuerst wissen, dass das Kind mit sowas zu tun gehabt hat. Deswegen ist es wahnsinnig wichtig mit dem Kind über alles zu reden“ (Interview 9, 87-94).

5.4.1.2. Das Verschwinden von Tabuthemen

Nicht nur Kindersendungen bereiten Eltern Sorgen, sondern das ganze Programmangebot der öffentlichen und unzähligen privaten Sender. Die wohl größte Sorge die den Fernsehkonsum betrifft, ist die des Verschwindens von Tabuthemen.

Eine Mutter äußert diesbezüglich, „meine größte Sorge ist, dass ja doch gewissermaßen Tabuthemen verschwinden. Früher hat man einfach über bestimmte Dinge weder im Fernsehen was gehört, noch was darüber in der Zeitung gelesen. Und heute ist alles überall zugänglich. Man überlegt sich ja zum Beispiel, bis zu einem gewissen Alter vor dem Kind und mit dem Kind jetzt nicht über Sex zu reden, weil es noch zu klein dafür ist. Aber im Fernsehen wird mit Sex geworben. So viele Werbungen, und Filme werden mit Sex aufgepuscht. Also seit einigen Jahren heißt es irgendwie „sex sells“, damit hat man Geschäftszahlen angekurbelt, es hat sich als gute Methode erwiesen und jetzt ist es dabei geblieben. Und ich bin mir sicher, dass das alles noch intensiver wird, mit der Zeit. Ich hab` das Gefühl, dass es überhaupt nichts mehr gibt, was irgendwie wirklich noch ein Tabuthema ist“ (Interview 3, 69-78),

In einem weiteren Gespräch erzählt eine Interviewperson, „das Fernsehen greift so viele Themen vor. Mein ältester Sohn ist jetzt 19 und als der klein war, habe ich mit ihm ganz andere Gespräche geführt, als jetzt mit meinem Kleinen. Zwischen den beiden liegen Welten. Man muss so aufpassen, was man seinem Kind erlaubt im Fernsehen anzuschauen, weil man ja nie weiß mit welchen Fragen er dann auf mich zukommt. Es wird einem irgendwie die geplante Erziehung komplett durcheinander geworfen. Und das alles, weil so viel Zeug im Fernsehen gezeigt wird. Und wie soll man da dem Kind nicht so viel verbieten. Man wird ja schon dazu gezwungen. Also ich könnte mir nicht vorstellen ihm da unbegrenzt lang zu erlauben vor dem Fernseher zu sitzen“ (Interview 8, 80-88). Weiters heißt es, „aber was auch noch ein Problem ist, dass viele Themen früher im Fernsehen nichts zu suchen hatten, zumindest nicht in dem Ausmaß wie heute. Heute gibt es so viele Talkshows in denen offen über alle Themen gesprochen wird, Von Untreue, Affären bis hin zu Sex etc. Und diese Sendungen laufen ja ab 12

den ganzen Nachmittag lang. Deswegen ist es mir ganz recht wenn ich weiß wann er vor dem Fernseher sitzt und was er sich ansieht“ (Interview 8, 95-100).

5.4.1.3. Angst vor zu viel Gewalt und Sex

In einem Interview meint eine Mutter, „ich achte ja deshalb darauf immer zu wissen was sich meine Kinder im Fernsehen anschauen, weil ich finde, dass viel öfter Gewaltszenen gezeigt werden als früher. Alleine diese Zeichentrickserien für Kinder sind angehäuft mit brutalen Szenen. Da wird ständig gerauft, gestritten und so. Das ist für ein Kind nicht gut, deswegen versuche ich den Konsum da irgendwie einzudämmen, so gut es halt geht“ (Interview 1 Z 160-164).

In einem weiteren Gespräch spricht eine interviewte Person, „was mir so ein bisschen Angst macht sind zum Beispiel diese Musiksender, VIVA und MTV. Kinder hören ja im Radio irgendwelche tollen Lieder und dann möchten sie ja auch wissen wer das singt, und dann schauen sie sich auch gerne mal die Videoclips dazu an. Aber die meisten davon, sind so überladen mit nackter Haut, dass mir das richtig Angst macht. Und besonders schlimm finde ich wenn zu viel nackte Haut und zu viele gewalthaltige Szenen auf einmal gezeigt werden. Man hat mittlerweile kaum noch Möglichkeiten sich wenigstens nach der Zeit zu richten. Man müsste ja davon ausgehen können, dass am frühen Nachmittag normale Musikvideos gezeigt werden, aber das ist nicht so. Das läuft quer durch den Gemüsegarten. Und ich weiß auch nicht ob sie sich die nicht ansieht, wenn wir grad nicht daheim sind. Da könnte man dann nur den Sender sperren. Aber wenn die Kinder wollen, dann suchen sie sich das im Internet. Von daher irgendwo sinnlos zu versuchen sie davon abzuschotten“ (Interview 11, 86-98).

In einem anderen Gespräch meint eine interviewte Mutter, „problematisch sind Sendungen für Kinder in denen Szenen vorkommen, wo sich Kinder streiten und herumraufen. Das sind Sendungen die ich meinem Kind nicht verbieten kann, weil er sie gerne schaut und etwas zur Gänze zu verbieten löst auch keine Probleme. Aber was ich sagen will ist, dass Kinder dann auch untereinander wenn sie spielen sich manchmal

auch so verhalten. Und nachdem ich mein Kind nicht so erziehe, muss es solche Verhaltensweisen irgendwo abgeguckt haben (Interview 79-85).

5.5. Über die Bedeutung der Unterhaltung

Eltern ist es besonders wichtig über die Sendungen und über deren Inhalte bescheid zu wissen, welche ihre Kinder gerne ansehen, damit sie unbesorgt sein können. Deswegen ist auch die Unterhaltung, bzw. die Kommunikation zwischen Eltern und Kindern in Familien unabdingbar.

„Mir ist es sehr wichtig mit meinem Kind darüber zu reden, was im Fernsehen so gelaufen ist. Mir ist das wichtig, weil ich dann genau weiß wie mein Kind mit dem umgeht. Mir macht das nämlich nur so große Sorgen, dass jetzt so vieles im Fernsehen läuft, was irgendwie wie ein Comic aussieht wie für Kinder, aber dann eigentlich mehr brutal ist. Also eher für Erwachsene. Simpsons zum Beispiel. Die mag ich gar nicht. Und da frag` ich mich dann schon wohin das führen soll (Interview 10, 60-66), meint eine Mutter.

In einem anderen Interview betont eine Mutter, „wir unterhalten uns auch immer über Sendungen. Vor allem dann wenn sie was neues gesehen hat, damit ich weiß, ob ihr das gefällt, oder nicht. Was sie dazu sagt und so. Das muss sein. Meistens schau ich auch mit, damit ich mir ein besseres Bild davon machen kann, ob das überhaupt für ihr Alter ok ist, weil das ist ja nicht mehr so selbstverständlich, dass man sich einfach so darauf verlässt, nur weil das tagsüber läuft und auf einem angeblich guten Kindersender. Da hab ich kein Vertrauen mehr. Wenn ich mir etwas selbst anschau, dann bin ich beruhigt“ (Interview 3, 88-95).

Eine Mutter erzählt in einem Gespräch, „bei uns ist es irgendwie zur Routine geworden, dass wir Filme besprechen, wenn wir sie uns gemeinsam anschauen. Ich hab` das gerne wenn sie mir erzählen was ihnen gefallen hat und was nicht, damit ich weiß, was ich beim nächsten Mal besser machen kann. Also auf was ich dann halt achten muss, wenn ich Filme für sie aussuch`. Es macht ja wenig Sinn wenn sie etwas anschauen, was ihnen Angst macht. Wir haben nämlich mal einen Geisterfilm für

Kinder ausgeborgt. Ich dachte ja, dass sie sicher begeistert sein werden, aber da haben wir uns getäuscht, mein Mann und ich. Kinder sehen eben vieles ganz anders, was für uns ganz harmlos ist, wo wir keine Bedenken dabei haben, da fürchten sie sich zum Beispiel davor. Deswegen frag` ich immer nach. Aber auch so wegen normalen Kindersendungen frag` ich auch immer nach. Oder ich lass` sie mal was nacherzählen. Ist manchmal ganz aufschlussreich“ (Interview 5, 22-33).

5.6. Absprache zwischen den Eltern

In der Familie ist es nicht nur wichtig, dass sich Eltern mit den Kindern über das Fernsehen unterhalten, denn auch Absprachen zwischen den Eltern scheinen von großer Bedeutung zu sein.

In einem Interview meint eine Mutter, „wir haben uns auch als die Kinder noch ganz klein waren immer beraten wie wir ihnen das Fernsehen näher beibringen sollen und wie wir das am besten angehen, weil wir uns da schon von Anfang an einig darüber waren, dass das wichtig ist (Interview 1, 215-218).

Es ist aber auch wichtig, dass Fernsehregeln zwischen den Eltern ausgehandelt werden und sich beide Elternteile an diese halten. Eine Mutter betont in einem Gespräch, „also die Fernsehregeln hab` zwar schon ich festgelegt, aber ich hab` ihm auch gesagt, dass er sich an diese Regeln genauso halten muss. Also damit meine ich, dass wenn ich den Kindern erlaube eben zu bestimmten Zeiten Fernzuschauen, dann darf mein Mann ihnen nicht etwas anderes erlauben. Das wäre nicht in Ordnung. Und da sind wir uns beide einig darüber. Und wenn die Kinder mal was anderes schauen wollen, dann wissen sie auch ganz genau, dass sie uns beide fragen müssen und nicht nur den Papa, weil er da nicht so streng ist“ (Interview 5, 106-113).

6. ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Das Medium Fernsehen, als das Leitmedium in der Kindheit, wird in der Familie bewusst thematisiert. Kinder wenden sich dem Fernsehen in ihrer Freizeit sehr gerne zu (siehe auch Kapitel 1.4.1) was von den Eltern nicht unbeobachtet bleibt. Die Fernsehnutzung weckt bei den Eltern allerdings auch Bedenken und somit konsequenterweise eine bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema in der Familie.

In der Familie ist es insbesondere angesichts der möglichen Wirkungen des Fernsehens (Kapitel 3) wichtig Fernsehnutzungszeiten festzulegen. Eltern möchten das Fernsehverhalten ihrer Kinder möglichst unter Kontrolle haben, indem sie mit ihren Kindern ausmachen zu welcher Uhrzeit welche Sendungen gesehen werden dürfen. Eltern setzen sich bewusst damit auseinander, wie der Fernseher in das Leben ihrer Kinder integriert werden soll.

Aufgrund dessen, dass Eltern bestimmte Wirkungen des Fernsehens vermuten, ist es ihnen nicht nur wichtig Uhrzeiten festzulegen, sondern sich auch bewusst mit den Fernsehinhalten auseinanderzusetzen, welche ihre Kinder gerne ansehen. Dies ist auch ein wesentliches Ergebnis dieser explorativen Studie.

Eltern wissen sehr gut über die Fernsehgewohnheiten ihrer Kinder bescheid und sie kennen die Einstellungen ihrer Kinder bezüglich des Fernsehens. Die Aussagen der Kinder bezüglich ihrer Einstellung zum Fernsehen, decken sich überwiegend mit den Aussagen der Eltern. Sie kennen sowohl die Präferenzen ihrer Kinder, wissen über ihre Lieblingssendungen bescheid und geben sehr gut wieder ob und wie wichtig der Fernseher für ihre Kinder ist.

Einerseits kennen Eltern die Präferenzen und Einstellung ihrer Kinder zum Fernsehen, weil sie sich mit ihnen darüber unterhalten und andererseits, weil sie sie beim Fernsehen beobachten. Wenn sich Eltern mit ihren Kindern unterhalten, so möchten sie wissen, welche Eindrücke die Sendungen bei ihnen hinterlassen. Ob sie mit den Inhalten gut klarkommen, oder ob sie eventuell damit überfordert sind und Erklärungsbedarf besteht.

Zudem besteht mittlerweile ein großes Angebot an unterschiedlichsten Fernsehprogrammen und Eltern fühlen sich verpflichtet, sich mit den Sendungen zu beschäftigen. Es ist ihnen wichtig zu wissen worum es in den Sendungen geht, wie sie aufgebaut sind und was vermittelt wird. Dies scheint auch deshalb notwendig zu sein, weil sich Fernsehinhalte für Kinder stark gewandelt haben. Eltern überlassen in dieser Hinsicht nichts dem Zufall. Daraus lässt sich auch erklären, weshalb sie sehr genau über die Gewohnheiten ihrer Kinder bescheid wissen. D.h. sie wissen sehr wohl welche Sendungen, zu welcher Uhrzeit gespielt werden. Aber nicht nur das, sie kennen auch die Inhalte der Sendungen, weil sie diese bewusst mitverfolgen. Zudem wissen sie welche Einstellungen ihre Kinder bezüglich des Fernsehens haben, wobei an dieser Stelle festzuhalten ist, dass diese grundsätzlich der Einstellung der Eltern entspricht. Das bedeutet, dass sobald der Fernseher für Eltern keine bedeutende Rolle spielt, dieser auch den Kindern als nebensächliches Medium der Unterhaltung vermittelt wird und diesem somit keine große Bedeutung seitens der Kinder beigemessen wird.

Eltern sind sich darüber sehr gut im Klaren, dass das Medium Fernsehen eine große Rolle in der Kindheit spielt. Sie schätzen die positiven Aspekte des Fernsehens, sind sich der Probleme jedoch ebenfalls sehr bewusst. Vor allem die inhaltliche Überforderung und das offene Sprechen und Thematisieren von vermeintlichen Tabuthemen weckt Bedenken.

Eltern haben was die Fernsehnutzung ihrer Kinder betrifft, einen sehr guten Wissensstand. Sie sind daran interessiert die Bedürfnisse, die Präferenzen und die Interessen ihrer Kinder zu kennen. Sie bedienen sich hierbei sowohl der Beobachtung als auch der direkten Ansprache der Themen im täglichen Familienalltag.

7. LITERATURVERZEICHNIS

- Adorno, Theodor W. (1996): Kulturkritik und Gesellschaft. Gesammelte Schriften, Bd. 10.1, 10.2, Frankfurt am Main.
- Anders, Günther (1996): Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. Band I. Verlag C.H. Beck, München.
- Aufenanger, Stefan (1988): Neue Medien und Familie. Broschüre für Eltern. Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn.
- Aufenanger, Stefan / Baacke, Dieter / Lauffer, Jürgen / Röllecke, Renate / Von Gottberg, Hans-Joachim (1996): Gutes Fernsehen – Schlechtes Fernsehen!?, „Denkanstöße, Fakten und Tips für Eltern und ErzieherInnen zum Thema Kinder und Fernsehen“, KöPäd Verlag, München.
- Baacke, Dieter (1999): Medienkompetenz als zentrales Operationsfeld von Projekten. In: Baacke, Dieter (1999): Handbuch Medien : Medienkompetenz. Herausgegeben von Baacke, Dieter und Bundeszentrale für politische Bildung.
- Bachmair, Ben (1994): Kinderkultur – Bilder, Szenen, Figurationen S. 29–43 in: Erlinger, Hans Dieter (Hrsg.) (1994): Kinderfernsehen und Markt. Wissenschaftsverlag Volker Spiess GmbH, Berlin.
- Barthelmes, Jürgen / Sander, Ekkehard (1990): Familie und Medien. Forschungsergebnisse und kommentierte Auswahlbiographie. Eine Literaturanalyse zum Medienumgang von Familien. DJI Verlag Deutsches Jugendinstitut, München.
- Basic, Natasa / Schell, Fred / Schorb, Bernd / Graf, Gerhard (1997): Kinder sehen fern. Programmangebot und Präferenzen. Eine Untersuchung des Institut Jugend Film Fernsehen (JFF): Programmanalyse und Präferenzen (Teil I – III und Teil V) und G-media: Nutzungsschwerpunkte und Einschaltquoten (Teil IV). KöPäd Verlag, München.
- Batinic, Bernad / Appel, Markus (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Springer Medizin Verlag, Heidelberg.

- Bauer, Wolf / Baur, Elke / Kungel, Bernd (Hrsg.) (1976): Vier Wochen ohne Fernsehen. Eine Studie zum Fernsehkonsum. Verlag Volker Spiess, Berlin.
- Beaugrand, Günter (1973): Mit dem Bildschirm leben. Kind und Fernsehen – eine pädagogische Aufgabe. Hoheneck-Verlag GmbH, Hamm.
- Bentele, Günther / Beck, Klaus (1994): Information – Kommunikation – Massenkommunikation. Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Jarren, Ottfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen, S. 15-50.
- Bonfadelli, Heinz (1981): Die Sozialisationsperspektive in der Massenkommunikationsforschung. Neue Ansätze, Methoden und Resultate zur Stellung der Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen. Verlag Volker Spiess, Berlin.
- Bonfadelli, Heinz (1999): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven, Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2000): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz.
- Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen. 2. Auflage, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.
- Bortz, Jürgen / Döring, Nicola (1995): Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler. 2. Auflage, Springer-Verlag Berlin; Heidelberg; NewYork.
- Bosshart, Louis (1990): Fernsehunterhaltung aus der Sicht von Kommunikatoren, S: 52-61 in: Kunczik, Michael / Uwe, Weber (1990): Fernsehen – Aspekte eines Mediums. Böhlau Verlag, Köln.
- Büchner, Peter (2010): Kindheit und Familie. S. 519-541. In: Krüger, Heinz Hermann / Grunert, Cathleen (Hrsg.): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung.

- Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Böhlau Verlag, Wien, Köln, Weimar.
- Burkhardt, Wolfgang (2001): Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern. Grundlagen, Konzepte und Zukunftsmodelle. Opladen.
- Charlton, Michael / Neumann-Braun, Klaus (1992): Medienkindheit - Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung. Quintessenz Verlags GmbH, München.
- Doelker, Christian (1979): „Wirklichkeit“ in den Medien. Zürcher Beiträge zur Medienpädagogik. 1. Auflage. Klett & Balmer Verlag, Zug.
- Eppel-Gatterbauer, Elisabeth (1998): Familien : Kinderfernsehen, Kinder und Fernsehen. Medien - Pressespiegel / Interessenvertretung der NÖ Familien, St. Pölten.
- Faulstich, Werner (1979): Kritische Stichwörter zur Medienwissenschaft. Wilhelm Fink Verlag München, 1979.
- Faulstich, Werner (Hg.) (2004): Grundwissen Medien. 5. Auflage. Wilhelm Fink Verlag, Paderborn.
- Friedrich, I. (1971): Die Funktion der politischen Kontrolle durch das Massenkommunikationssystem im Sozialisationsprozess. In: Ronneberger, F. (Hrsg.) (1971): Sozialisation durch Massenkommunikation. Stuttgart, S. 417-435.
- Fuhs, Burkhard (2010): Kindheit und mediatisierte Freizeitkultur. S: 711-726. In: Krüger, Heinz Hermann / Grunert, Cathleen (Hrsg.): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung.
- Geulen, Dieter (2007): Sozialisation. S. 137-158. In: Joas, Hans (Hrsg.) (2007): Lehrbuch der Soziologie. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Campus Verlag, Frankfurt am Main.

- Glogauer, Werner (1995): Die neuen Medien verändern die Kindheit. Nutzung und Auswirkungen des Fernsehens, der Videofilme, Computer- und Videospiele, der Werbung und Musikvideo-Clips. 3., erweiterte Auflage, Deutscher Studien Verlag, Weinheim.
- Grimm, Jürgen (1994): Techniken zur Entbrutalisierung von Medien. Verarbeitungsweisen und Wirkung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen. Vervielfältigtes Manuskript. Universität Mannheim.
- Hasebrink, Uwe (2001): Zur Zukunft der Mediennutzung. In: (Hg.) Maier-Rabler, Latzer: Kommunikationskulturen zwischen Kontinuität und Wandel. Universelle Netzwerke für die Zivilgesellschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, S. 333-346.
- Hengst, Heinz / Zeiher, Helga (Hrsg.) (2005): Kindheit soziologisch. 1 Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden.
- Hess, Henner (1969): Ein soziologischer Bezugsrahmen für die Massenkommunikationsforschung. In: P 3/1969, S. 277-286.
- Heygster, Anna-Luise / Stolte, Dieter (1980): Wirklichkeit und Fiktion im Fernsehspiel. Mainzer Tage der Fernseh-Kritik. Hase und Koehler Verlag, Mainz.
- Hickethier, Knut (1999): Medienkultur und Medienwissenschaft. In: Pias, Claus (Hrsg.): (me`dien)i: dreizehn Vorträge zur Medienkultur. Weimar, S. 199-219.
- Hoffmann, Bernward (2003): Medienpädagogik. Verlag Ferdinand Schöningh, Paderborn.
- Hurrelmann, Bettina / Hammer, Michael / Stelberg, Klaus (1996): Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Band 20, Leske + Budrich, Opladen.

- Hurrelmann, Klaus (Hrsg.) (1976): Sozialisation und Lebenslauf. Empirie und Methodik sozialwissenschaftlicher Persönlichkeitsforschung. Hamburg.
- Hurrelmann, Klaus (2002): Einführung in die Sozialisationstheorie. Weinheim.
- Hüther, J. / Breuer, K.D. / Schorb, B. (Hrsg.) (1979): Neue Texte Medienpädagogik. München.
- Hüther, Jürgen (1980): Medien als Träger und Gegenstand der politischen Bildung, S. 65-76 in: Entgtsfeld, Paul A. / Gutjahr-Löser, Peter (1980): Kinder und Medien. Berichte und Studien der Hanns-Seidel-Stiftung, Band 25, Olzog Verlag.
- Katz, E. / Gurevitch, M. / Haas, H. (1973): On the Use of Mass Media for Important Things. In: ASR, 38, 1973, pp. 164-181.
- Klammer, Bernd (2005): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.
- Kränzl-Nagl, Renate / Mierendorff, Johanna (2007): Kindheit im Wandel – Annäherungen an ein komplexes Phänomen in SWS-Rundschau (47.Jg.) Heft 1/2007: 3-25.
- Kromrey, H. (2000): Empirische Sozialforschung. 9. Auflage, Opladen.
- Kübler, Hans-Dieter/ Swoboda, W.H. (1998): Wenn die Kleinen fernsehen: Forschungsprojekt über die Bedeutung des Fernsehens in der Lebenswelt von Vorschulkindern. Vistas-Verlag, Berlin.
- Kunkel, Andreas (1998): Fernsehleben. Mediennutzung als Sozialisationsfaktor. Auswirkungen des Fernsehens auf Gesellschaft und Individuum. Verlag Reinhard Fischer, München.
- Ledig, Michael (1992): Vielfalt oder Einfalt. Das Aktivitätenspektrum von Kindern. In: Deutsches Jugendsinstitut (Hg.) Was tun Kinder am Nachmittag? Ergebnisse einer empirischen Studie zur mittleren Kindheit. München, 31-74.

- Lukesch, Helmut (1991): Mediennutzung und Mediennutzen bei Kindern. Arbeitsberichte zur Pädagogischen Psychologie. 1. Langfassung eines Beitrages zu dem Handbuch der Kindheitsforschung, hrsg. Von Manfred Marckfeld und Bernhard Nauck im Hermann Luchterhand Verlag. Bericht Nr. 32. Lehrstuhl Psychologie VI, Institut für Psychologie, Universität Regensburg.
- Maletzke, Gerhard (1963): Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik. Bredow-Inst. Verlag, Hamburg.
- Maletzke, Gerhard (1972): Massenkommunikation. In: Graumann, C. F. (Hrsg.): Handbuch der Psychologie. Bd. 7/2, Göttingen.
- Matz, Cornelia (2005): Vorbilder in den Medien. Ihre Auswirkungen und Folgen für Heranwachsende. Erziehungskonzeptionen und Praxis; 64. Herausgegeben von Gerd-Bodo von Carlsburg, Peter Lang GmbH Europäischer Verlag der Wissenschaften, Frankfurt am Main.
- Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 7. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim.
- Mayring, Philipp (2007): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 9. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim.
- McLuhan, Marshall (1968): Die magischen Kanäle. Düsseldorf, Wien: Econ (amerikanische Erstausgabe: „Understanding Media“. 1964).
- McLuhan, Marshall (1994): Die magischen Kanäle. Understanding Media. Verlag der Kunst Dresden, Basel.
- Merton, Robert K. (1957): Social theory and social structure. Glencoe, Ill. 1957, S. 19-84. In: Heinz Hartmann (Hrsg.): Moderne amerikanische Soziologie. Stuttgart 1967, S. 119-150.
- Meyen, Michael (2004): Mediennutzung. 2., überarbeitete Auflage., Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.

- Meyrowitz, Joshua (1987): Die Fernseh-Gesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter, Beltz Verlag. Weinheim, Basel.
- Mock, Thomas (2006): Was ist ein Medium? Eine Unterscheidung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Grundverständnisse eines zentralen Begriffs. Publizistik, Heft 2, Juni 2006, Jahrgang, S. 183-200.
- Mühlbauer, Karl Reinhold (1980): Sozialisation. Eine Einführung in Theorien und Modelle. München.
- Neumann-Braun, Klaus (2000): Medien- Medienkommunikation, S. 29-39 und Publikumsforschung - im Spannungsfeld von Quotenmessung und handlungstheoretisch orientierter Rezeptionsforschung, S. 181-204 in: Neumann-Braun, Klaus / Müller Doohm, Stefan (Hrsg.) (2000): Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien. Grundlagentexte Soziologie Juventa Verlag Weinheim und München.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1990): Der getarnte Elefant. Über die Wirkung des Fernsehens, S. 139-150. In: Kunczik, Michael / Uwe, Weber (1990): Fernsehen – Aspekte eines Mediums. Böhlau Verlag, Köln.
- Paus-Haase, Ingrid (2000): Medienrezeptionsforschung mit Kindern – Prämissen und Vorgehensweisen. Das Modell der Triangulation, S. 15-32. In: Paus-Haase Ingrid / Schorb, Bernd (Hrsg.) (2000): Qualitative Kinder- und Jugend Medienforschung.
- Postman, Neil (2006): Das Verschwinden der Kindheit. Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main.
- Pürer, Heinz (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz.
- Raabe, Claudia (2007): Soziale Orientierung durch Fernsehen? Eine Annäherung aus der Perspektive kindlicher Fernsehnutzung. Kassel university press GmbH, Kassel.
- Rhomberg, Markus (2009): Politische Kommunikation. Wilhelm Fink GmbH & Co. Verlags-KG, Paderborn.

- Ronneberger, Franz (Hrsg.) (1971): Sozialisation durch Massenkommunikation. Der Mensch als soziales und personales Wesen, Stuttgart.
- Ronneberger, Franz (1985): Integration durch Massenkommunikation. S. 3-18: In: Saxer (Hrsg.) (1985): Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien. Arbeitstagung zum Thema Homogenisierung oder Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation? Ölschläger-Verlag, München.
- Sander, Uwe / Von Gross, Friederike / Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.) (2008): Handbuch Medienpädagogik. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Saxer, Ulrich (1974): Funktionen der Massenmedien in der modernen Gesellschaft. S. 22-33. In: Kurzrock (Hrsg.) Medienforschung, Berlin.
- Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 3. Auflage. Mohr Siebeck Verlag, Tübingen.
- Schöwer, Christiane (1990): Kinderalltag – Medienalltag. Praxisbeispiele für medienpädagogische Arbeit mit Kindern. Wissenschaftsverlag Volker Spiess, Berlin.
- Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung. Eine Einführung. 1. Auflage Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH.
- Stolte, Dieter (1991): Kinderprogramm als unverzichtbarer Bestandteil öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme. 1 – 4 in Bundeszentrale für politische Bildung: Kinderfernsehen – Fernsehkinder. Vorträge und Materialien einer medienpädagogischen Fachtagung mit Programmachern, Pädagogen und Medienforschern im September 1989 in Mainz, Druckhaus Beltz, Bonn.
- Süss, Daniel (2004): Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen Konstanten – Wandel. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

- Süss, Daniel / Lampert, Claudia / Wijnen, Christine W. (2010): Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.
- Tillmann, Klaus-Jürgen (2001): Sozialisations-theorien. *Eine Einführung in den Zusammenhang von Gesellschaft, Institution und Subjektwerdung.* Reinbek.
- Volkman, Ute / Schimank, Uwe (Hrsg.) (2006): Soziologische Gegenwartsdiagnosen II. Vergleichende Sekundäranalysen. Lehrbuch. VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH. Unveränderter Nachdruck der 1. Auflage, Wiesbaden.
- Zeiger, Helga (2005): Neue Zeiten – neue Kindheiten? Wandel gesellschaftlicher Zeitbedingungen und die Folgen für Kinder. In: Zeitschrift für Familienforschung Sonderheft 5, 74-91.
- Zinnecker, J (1990): Vom Straßenkind zum verhäuslichten Kind. Kindheitsgeschichte im Prozess der Zivilisation. In: Behnen, Imbke (Hg) Stadtgesellschaft und Kindheit im Prozess der Zivilisation. Konfigurationen städtischer Lebensweise zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Opladen, 142-162.

8. ANHANG

8.1. Interviewleitfaden für Eltern

Erzählen Sie mir vom Fernsehkonsum Ihres Kindes und von der Einstellung die es zum Fernsehen hat.

- Wie viel Zeit verbringt das Kind vor dem Fernseher?
- Welche Aktivitäten zieht das Kind dem Fernsehen vor?
- Welche TV-Sender und Sendungen werden am liebsten angesehen?
- Sieht das Kind gerne alleine, oder mit jemandem fern?
- Wo sieht das Kind gerne fern?
- Findet Unterhaltung über gesehene Fernsehinhalte statt?
- Wieso ist es Ihnen wichtig zu wissen was Ihr Kind im TV sieht?
- Wäre ein Leben ohne Fernseher vorstellbar?

8.2. Interviewleitfaden für Kinder

Erzähl mir alles was dir dazu einfällt wie du den Fernseher nutzt? Und wie wichtig er dir ist.

- Wie viel Zeit verbringst du vor dem Fernseher?
- Was ist dir wichtiger als das Fernsehen?
- Welche Fernsehsender und Sendungen siehst du dir am liebsten an?
- Siehst du gerne alleine, oder mit jemandem fern?
- Wo siehst du denn gerne fern?
- Sprichst du manchmal auch gerne über das was du im Fernsehen siehst?
- Warum siehst du denn eigentlich gerne fern?
- Könntest du dir ein Leben ohne Fernseher vorstellen?

8.3. Lebenslauf

Persönliche Daten

Geburtsdatum, -ort 08.01.1987, Przemyśl (Polen)
Nationalität Österreich
Familienstand verheiratet

Ausbildung

10/06 – 02/12 Diplomstudium Soziologie (sozial-/ wirtschaftswissenschaftliches Studium), Universität Wien
09/01 – 06/06 HLW 1210 Wien ,Höhere Bundeslehranstalt für Tourismus und Wirtschaftliche Berufe
Schwerpunkt: Fremdsprachen und Wirtschaft

Berufserfahrungen

Seit 01/12 Stegmann Personaldienstleistung GmbH
Kaufmännische Angestellte
09/08 – 12/11 C&A
Verkäuferin auf Teilzeitbasis
10/06 – 02/08 Teleconsult Beratungsges.m.b.H.
Outbound-Callcenteragent
07/07 – 06/07 TOP MEDIA GMBH
Mitarbeiterin in der Anzeigenverwaltung
06/04 – 08/04 Artemis Hôtel ***
Beaulieu Sur Mer, Frankreich
Praktikum im Service und in der Rezeption

8.4. Abstract

Die Massenmedien sind in unserem Alltag fest verankert. Sie sind nicht nur Medien, die mit dem Ziel einer simplen Freizeitgestaltung in Anspruch genommen werden, denn sie erfüllen bestimmte Funktionen und stillen Bedürfnisse. Insbesondere die Kindheit hat sich unter dem Blickwinkel der Mediennutzung sehr stark zu Gunsten des Fernsehens gewandelt, was im Endeffekt die Bedeutung der Mediensozialisation in der Erziehung hervorruft. Das Medium Fernsehen ist allerdings kein Medium, das keine Wirkungen hinterlässt. So sind diese sehr vielfältig und durchaus beobachtbar, wenn auch nicht zur Gänze überzeugend empirisch bestätigt.

Im empirischen Teil dieser Arbeit ist das Augenmerk darauf gerichtet, zu erfassen welche Einstellungen und Erwartungshaltungen Eltern ihren Kindern bezüglich des Fernsehens zuschreiben und inwiefern die Aussagen der Eltern, den Aussagen ihrer Kinder übereinstimmen. Hier geht es darum zu erfassen welche Bedeutung der Fernseher für den Alltag der Kinder hat und ob sich Eltern damit bewusst auseinandersetzen. Besonders wichtig ist es festzuhalten, wie Eltern zu ihren Meinungen gelangen, d.h. inwiefern innerhalb der Familie zwischen Eltern und Kindern Kommunikation bezüglich des Fernsehens stattfindet. Daraus ergibt sich auch die Notwendigkeit zu erfragen, weshalb es wichtig ist Fernsehen an sich zum Thema innerhalb der Familie zu machen.

Aufgrund dieser Überlegungen wurde für die vorliegende Arbeit folgende Forschungsfrage formuliert:

- Was glauben Eltern über die Fernsehnutzung ihrer Kinder zu wissen?

Ebenso wurde der folgenden Frage Aufmerksamkeit geschenkt:

- Weshalb ist es Eltern wichtig zu wissen mit welchen Fernsehinhalten ihre Kinder konfrontiert sind?