

Fernsehnutzung und Medienpädagogik im Alltag

Dokumentation Heft 3

Herausgeber:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Geschäftsstelle: SWR Medienforschung
Hans-Bredow-Straße
76530 Baden-Baden

Tel.: 07221 – 929 43 38
Fax.: 07221 – 929 21 80

E-Mail: info@mpfs.de
<http://www.mpfs.de>

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
Zitate und Veröffentlichungen sind uneingeschränkt zulässig, wenn sie mit einer eindeutigen Quellenangabe versehen sind.

Im Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest kooperieren die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) und der Südwestrundfunk (SWR).

Für die vorliegende Untersuchung wurde ein Fragebogen für eine Telefonumfrage entwickelt, der zum Ziel hatte, auf repräsentativer Grundlage Einschätzungen und Einstellungen zum Fernsehen, insbesondere im Zusammenhang mit Kindern, zu ermitteln. Der Fragebogen richtete sich zunächst auf die technische Ausstattung und die Nutzungspräferenzen der Befragten und versuchte dann eine Selbst- und Fremdeinschätzung der Fernsehnutzung zu erlangen. Über die Bedeutung und den Stellenwert des Fernsehens in der Lebenswelt des Erwachsenen wurde dann übergeleitet zum Thema Fernsehen und Kinder, wobei hier das für und wider kindlichen Fernsehkonsums und die Einflussnahme Erziehungsberechtigter darauf sowie mögliche medienpädagogische Angebote des Fernsehens im Mittelpunkt standen.

Methode

Insgesamt wurden, bei einer Ausschöpfung von 70 %, 1310 computergestützte Telefoninterviews mit durchschnittlich etwa 20 Minuten Dauer in der Zeit 10. Juli bis 13. August 1995 vom Institut Enigma durchgeführt. Befragte waren Personen ab 14 Jahren in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Die Gewichtung erfolgte auf der Basis der MA'95 nach Alter, Geschlecht und Ländern.

Ergebnisse

1. Technische Ausstattung

Wie bereits mehrfach durch einschlägige Untersuchungen zur Haushaltsausstattung mit Medien festgestellt, liegt die Versorgungsrate der Haushalte mit TV-Geräten bei rd. 98 %¹. Im Rahmen dieser Telefonbefragung geben insgesamt 96 % der Interviewten an, mindestens ein (bzw. bis zu vier und mehr) Fernsehgerät(e) zu besitzen. Ein gutes Viertel aller Befragten hat zwei Geräte, der Schwerpunkt liegt hier bei den jüngeren Altersgruppen. Bei der Geräteausstattung lässt sich zwischen den Befragten mit und ohne Kinder kein Unterschied feststellen. Bevorzugter Standort des TV ist das Wohnzimmer (91 %). Bei den Befragten mit Kindern folgt als bevorzugter Standort des Zweitgerätes das (elterliche)

¹ Mp-Basisdaten 1994

Schlafzimmer (16 %) gegenüber 12 % bei den Befragten ohne Kinder. Bei rd. 14 % der Befragten mit Kindern steht das Zusatzgerät im Kinderzimmer².

Neben der Ausstattung mit Geräten ist für die Einschätzung des Fernsehens und des Umgangs damit von Relevanz, zu wie vielen angebotenen Programmen die Fernsehnutzer Zugang haben. Nur noch 8 % der Befragten empfangen bis zu drei Programme (offenbar terrestrisch), fast 78 % der Befragten geben an, 10 und mehr Programme sehen zu können, fast 50 % können 20 und mehr Programme sehen. Die Zugangsmöglichkeiten zu den vielfältigen Programmangeboten sind offenbar weitgehend gegeben. Nach den Angaben dieser Telefonumfrage empfangen 47 % der Befragten ihre Fernsehprogramme über Kabel, 31 % über eine Satellitenempfangsanlage und 20 % über Antenne. Diese Zahlen entsprechen in etwa den vorliegenden, in der BRD erhobenen, Marktanteilsdaten für die TV-Verbreitung

Im Ergebnis ist daher unter technischen Aspekten festzuhalten, daß die Voraussetzungen für einen weitgehend problemlosen Zugang zu den Angeboten des öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehens durch nahezu umfassende Ausstattung (ein - und mehrfach) mit Geräten und eine in großen Teilen flächendeckende Versorgung mit mindestens 10 Programmen gewährleistet ist.

2. Selbst- und Fremdeinschätzung der Fernsehnutzung

Die ausgeprägte Zugangsmöglichkeit zum Fernsehen und die Vielzahl der Programme erleichtern die ausgiebige Nutzung des Fernsehens. 63 % der Befragten nutzen das Fernsehgerät an sieben Tagen pro Woche, bei der Altersgruppe der über 60jährigen sind dies fast 80 %, bei den 14 - 19jährigen 75 %. Die dazwischen liegenden Altersgruppen haben demgegenüber eine reduzierte Fernsehnutzungsfrequenz: Rd. 57 % geben an, an sieben Tagen in der Woche fernzusehen. Hier wirken sich vermutlich das geringere Freizeitbudget bzw. alternative Freizeitgestaltungsmöglichkeiten dieser Altersgruppen aus. Die wöchentliche Nutzungsfrequenz wird offenbar auch stark durch die Anwesenheit von Kindern bestimmt: 56 % der Befragten mit Kindern im Gegensatz zu 65 % der Befragten ohne Kinder geben an, täglich fernzusehen. Dieser Unterschied ist noch stärker bei den weiblichen

² Einer Untersuchung des FORSA Instituts von 1993 zu Folge ist dieser Wert insbesondere in den neuen Bundesländern noch wesentlich höher: Demnach haben 30% der Kinder in Ostdeutschland einen eigenen Fernseher. Es gilt die Regel: Je älter das Kind, desto wahrscheinlicher wird das eigene Gerät.

Befragten ausgebildet: 53 % der kinderhabenden gegenüber 68 % der kinderlosen Befragten sehen 7 mal in der Woche fern.

Bei der Frage nach der Dauer der Fernsehnutzung pro Tag geben 34 % der Befragten an, täglich zwei bis drei Stunden fernzusehen. 27 % sehen ein bis zwei Stunden und 18 % sehen drei bis vier Stunden fern. Ausgesprochene Vielseher sind Befragte, die angeben, vier bis fünf Stunden (7 %) bzw. fünf Stunden und mehr fernzusehen (6 %). Hier sind insbesondere die über 60jährigen vertreten, die, wie oben ausgeführt, nicht nur zu einem hohen Prozentanteil täglich fernsehen, sondern auch über das dazu notwendige Zeitbudget verfügen - im Gegensatz zu allen darunter liegenden Altersgruppen. Die Selbsteinschätzung der Befragten hinsichtlich der Dauer ihres Fernsehkonsums nähert sich dem in Deutschland für 1994 ermittelten Wert zur durchschnittlichen täglichen Fernsehnutzung von etwa 177 Minuten³ weitgehend an. Die Befragten schätzen ihre Fernsehnutzung daher durchaus realistisch ein. Unterschiede zwischen Befragten mit und ohne Kinder sind nicht herauszuarbeiten.

Einschätzung der Fernsehnutzung

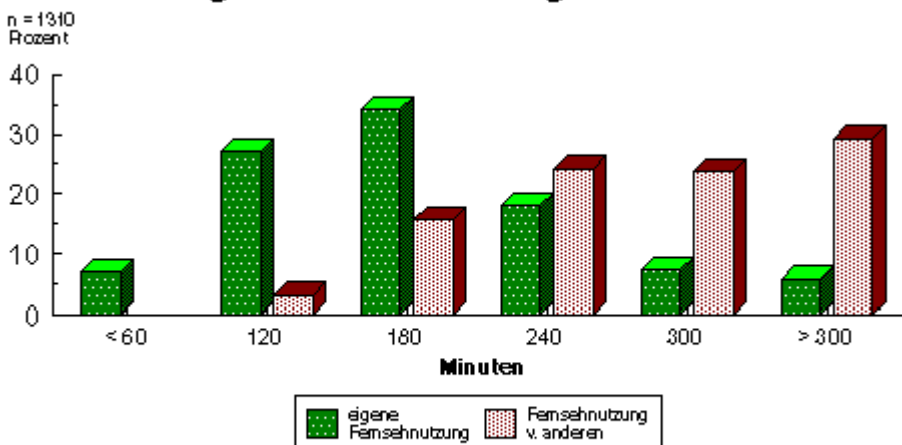


Abb. 1
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Der realistischen Einschätzung des eigenen Fernsehkonsums steht die Fehleinschätzung der Fernsehnutzungsdauer anderer Erwachsener gegenüber. Bei der Frage, in welchem Umfang andere Erwachsene fernsehen, sind 29 % aller Befragten der Auffassung, dass Erwachsene fünf Stunden und mehr pro Tag schauen, 24 % vier bis fünf Stunden, 24 % drei bis vier Stunden, 16 % zwei bis drei Stunden und 3 % ein bis zwei Stunden. Befragte mit Kindern gehen mehr noch als Befragte ohne Kinder davon aus, dass Erwachsene

³ GfK, 1.Hj. 1995

5 Stunden und mehr pro Tag fernsehen (32 % zu 28 %). Unter der Prämisse, dass (hoher) Fernsehkonsum negativ besetzt ist, lässt sich auch hier ein in der Forschung immer wieder zu beobachtendes Verhalten feststellen: Das eigene Lebensumfeld und Verhalten werden realistisch beurteilt, alle darüber hinausgehenden und nicht auf persönlicher Anschauung, sondern auf medialer Vermittlung beruhenden Erfahrungen, haben im Ergebnis eine Tendenz zu im negativen Sinne überzogenen Annahmen und Einschätzungen von Sachverhalten zur Folge.

Dies gilt auch für die Einschätzung der Befragten zur Fernsehnutzungsdauer von Kindern zwischen 6 und 13 Jahren. Ein Viertel der Befragten (24 %) glaubt, dass Kinder zwischen drei und vier Stunden täglich fernsehen, 41 % gehen sogar von einer täglichen Sehdauer von 4 und mehr Stunden aus. Tatsächlich betrug die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer des Fernsehens durch Kinder (3-13 Jahre) in Deutschland im Jahr 1994 etwa 95 Minuten⁴. Offenbar wird ein viel höherer Fernsehkonsum durch Kinder angenommen als tatsächlich geschaut wird. Insbesondere Befragte mit Kindern schätzen den Fernsehkonsum von Kindern höher ein als Befragte ohne Kinder.

Einschätzung der Fernsehnutzung von Kindern

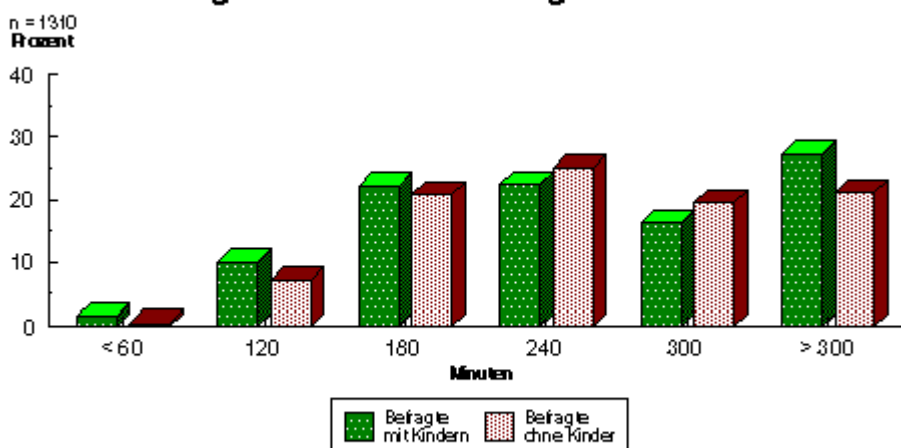


Abb. 2
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Von den Ergebnissen der allgemeinen Frage nach dem Fernsehkonsum überhaupt kann nunmehr übergegangen werden zur Frage nach konkreten Programmen. Auf die Frage: "Welches Fernsehprogramm ist Ihnen persönlich am wichtigsten, d.h. dasjenige, auf das Sie am wenigsten verzichten möchten?" nennen an erster Stelle 40 % der Befragten die ARD, 15 % RTL und 11 % das ZDF. Ein Blick auf die Geschlechter verändert zwar die

⁴ GfK, 1995

Reihenfolge nicht, läßt aber doch Unterschiede in den Prioritäten erkennen: Männer (44 %) tendieren offenbar mehr zur ARD als Frauen (35 %) und Frauen offenbar mehr zu RTL (16 %) und ZDF (13 %) als Männer (13 % RTL und 9 % ZDF). Differenziert nach Altersgruppen verschieben sich die Prioritäten und damit die Reihenfolge erheblich: Bei der Altersgruppe bis 19 Jahre werden RTL (32 %), Pro Sieben (17 %) und SAT.1 (13 %) als wichtigstes Programm genannt, bei der Altersgruppe bis 29 Jahre entfallen nach RTL mit 25 % die zweitmeisten Nennungen auf die ARD (21 %). Die Altersgruppe über 30 Jahre nennt mit weit über 40 % die ARD als wichtigstes Programm.

3. Stellenwert des Fernsehens in der Lebenswelt

Fernsehprogramme sind bei den Rezipienten mit bestimmten Vorstellungen, Werturteilen, Vorurteilen und ähnlichen Einschätzungen verbunden, die sie bei der täglichen Sichtung häufig bestätigt finden. Solche Urteile schlagen sich in den oben angeführten Nennungen der wichtigsten Programme nieder. Darüber hinaus wurden im Rahmen des Telefoninterviews Meinungen zum Fernsehen insgesamt, unabhängig von einzelnen Kanälen, erfragt. Einschränkung ist anzumerken, dass in der Regel die Präferenzen für bestimmte Programme bereits die Einstellungen zum Fernsehen insgesamt determinieren können. Die vorgelegten Statements waren daher allgemein gehalten und die Befragten konnten auf einer vierstufigen Skala sehr, etwas, weniger oder gar nicht zustimmen.

Meinungen zum Fernsehen

n = 1310

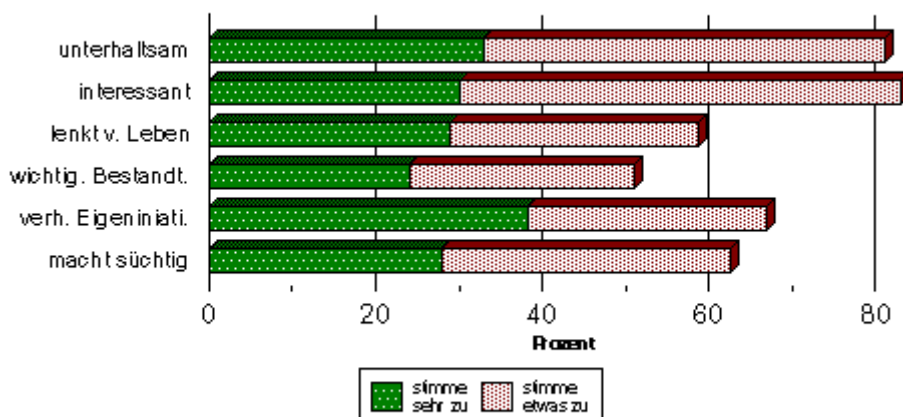


Abb. 3
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Demnach überwiegen beim Statement "Fernsehen ist unterhaltsam und entspannend" die Zustimmungen: 33 % aller Befragten stimmen sehr zu, 48 % stimmen noch etwas zu, der Rest zeigt sich eher kritisch. Vergleichbares gilt für das Statement "Fernsehen ist interessant". Dass bei diesen beiden Statements insbesondere die Vielseher (4 Std. und mehr pro Tag) in sehr hohem Maße zustimmen ist nur konsequent, da sonst eine Diskrepanz zwischen geäußelter Einstellung und tatsächlichem Verhalten entstünde. Die Vielseher stimmen auch weit mehr als jede andere Altersgruppe der folgenden Aussage sehr zu: "Fernsehen ist ein wichtiger Bestandteil im Leben". Eine eher kritische Einstellung gegenüber dem Fernsehen haben die Befragten, die in hohem Maße mit "stimme sehr zu" zu den Statements "Fernsehen verhindert Eigeninitiative" und "Fernsehen macht süchtig" antworten. Hohe Zustimmung (jeweils rd. 45 %) erfahren diese Statements durch die weiblichen Befragten mit Kindern, die diese Annahmen vermutlich aus dem bei ihren eigenen Kindern beobachtetem Verhalten ableiten, sowie bei den Nichtberufstätigen - wobei davon auszugehen ist, dass diese beiden Gruppen weitgehend identisch sind. Im übrigen empfinden Befragte mit Kindern tendenziell eher als die ohne Kinder, dass das Fernsehen vom eigentlichen Leben ablenkt, süchtig macht und die Eigeninitiative verhindert.

Dreiviertel der Befragten - und hier noch in höherem Maße die kinderhabenden - halten es daher auch für sehr wichtig bis wichtig, dass man darüber informiert ist, wie Fernsehen auf Menschen wirkt.

Informationen über das Fernsehen halte ich für ...

n = 1310

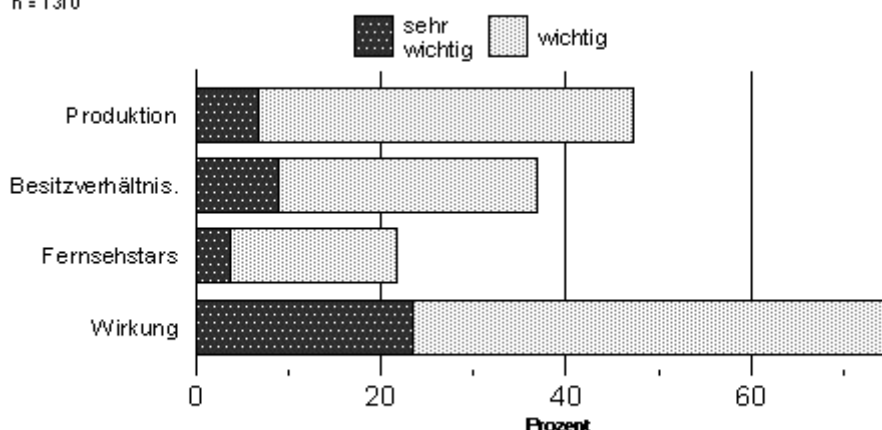


Abb. 4
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Dagegen werden andere Aspekte wie Information über Fernsehstars, über Eigentümer von Programmen, über die Produktion eher als weniger wichtig eingestuft. Tatsächlich informiert fühlen sich nach eigenem Bekunden die Befragten aber eher weniger gut darüber, wie Fernsehen auf Menschen wirkt. Auch in anderen Bereichen des Fernsehens, etwa wie Fernsehsendungen produziert werden oder wie teuer sie sind, fühlen sich die Befragten eher weniger gut informiert. In dem Bereich der Fernsehwirkung besteht offenbar ein Informationsdefizit und ein Informationsbedürfnis bei den Rezipienten. Dabei bleibt an diesem Punkt zunächst offen, welchem Zweck die befürwortete Beseitigung des Informationsdefizits hinsichtlich der Wirkung von Fernsehsendungen denn dient: Will man dem eigenen Fernsehkonsum reflektierter begegnen oder aber den Fernsehkonsum von zu erziehenden und zu betreuenden Kindern besser beurteilen oder gibt es noch andere Gründe?

4. Kinder und Fernsehen

4.1. Pro- und Kontra-Argumente

Der Blick des Fragebogens richtet sich nunmehr auf die Kinder als Fernsehrezipienten und befragt dazu Erwachsene, zunächst unabhängig von zu betreuenden Kindern. Die Befragten konnten in einer offenen Frage Pro-Argumente benennen, die für Kinder als Fernsehzuschauer sprechen.

Für Kinder als Fernsehzuschauer spricht ...

n = 1310

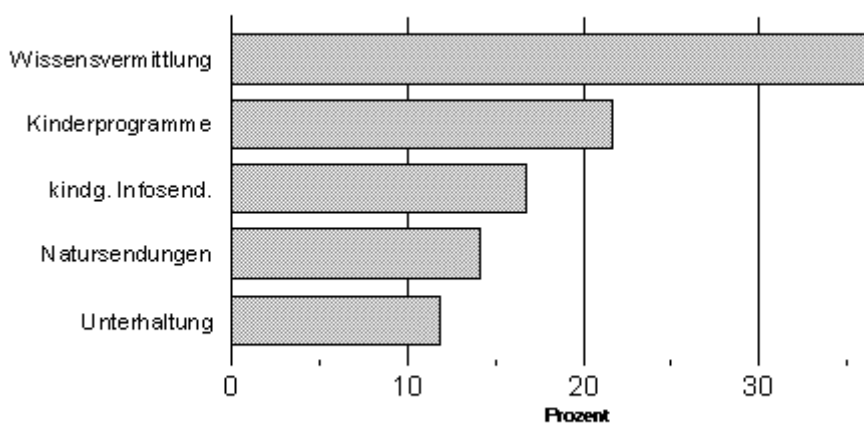


Abb. 5
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Hier werden angeführt: Lehrreiche Sendungen, die auf Wissensvermittlung abzielen (36 %), es folgen ganz allgemein gute Kinderprogramme, die kindgerecht aufbereitet sind. Weiter wird für wichtig erachtet, dass Informationssendungen ebenfalls kindgerecht aufbereitet angeboten werden (17 %) und dass Kinder Tierfilme, Natur- und Umweltsendungen sehen. An fünfter Stelle folgt mit 12 % als Pro-Argument, dass das Fernsehen als Unterhaltung/Zeitvertreib für Kinder dient. Für alle Befragten ob mit oder ohne Kinder wird als mit Abstand häufigstes Pro-Argument das Fernsehen als Wissens-vermittlungsinstrument für Kinder eingestuft. Kinderlose gehen im übrigen stärker als Kinderhabende davon aus, dass "gute/kindgerechte Kinderprogramme" für Kinder als Fernsehzuschauer sprechen (24 % zu 16 %).

Die nächste Frage, ebenfalls offen gestellt, ermöglichte die Nennung von Argumenten, die gegen Kinder als Fernsehzuschauer sprechen.

Gegen Kinder als Fernsehzuschauer spricht ...

n = 1310

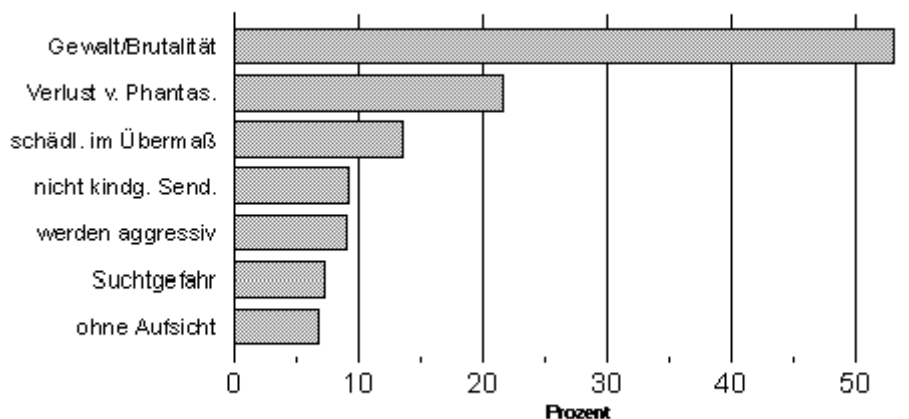


Abb. 6
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Hier befürchten die Befragten insbesondere, dass fernsehende Kinder mit Gewalt, Kriminalität und allgemeiner Brutalität konfrontiert werden (53 %). Weiterhin befürchten sie, dass Eigeninitiative, Phantasie und Kreativität verloren geht (22 %) und dass Kinder überhaupt zu viel fernsehen (14 %). Dies ist verknüpft mit der Annahme, dass Fernsehgenuss im Übermaß schädlich ist und aggressive, nervöse Kinder zu befürchten (9 %) sind. Es werden noch eine Reihe weiterer Kontra-Argumente genannt, die in der Regel allgemein gehalten sind und ein diffuses Unbehagen, wohl gestützt auf Annahmen und Vermutungen, vor vermeintlich schädlichem Fernseheinfluss erkennen lassen. Als "gut" erachtete erzieherische Werte und

Verhaltensweisen (draußen spielen; Kontaktfreudigkeit; Eigeninitiative, selbständiges Denken usw.) werden durch das Fernsehen beeinträchtigt, so die Annahme der Befragten.

Den Befragten wurden auch zum Thema Kinder und Fernsehen Aussagen vorgelegt, denen auf einer vierstufigen Skala zugestimmt oder nicht zugestimmt werden konnte.

Meinungen zu "Kinder und Fernsehen"

n = 1310

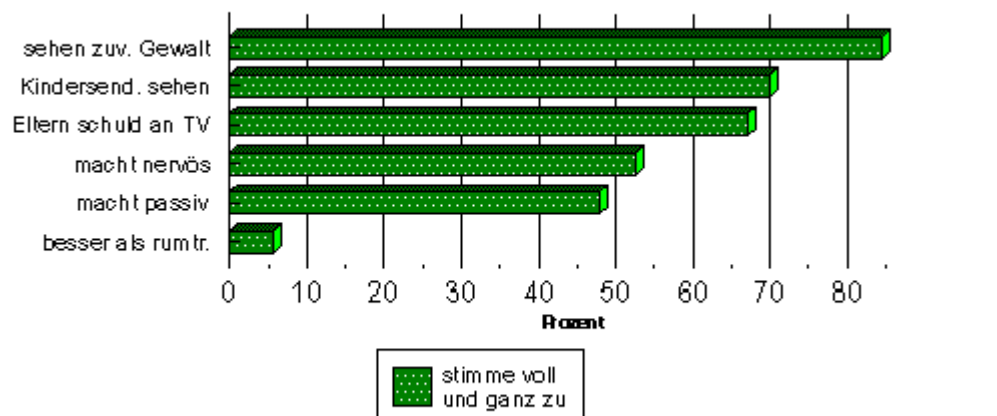


Abb. 7
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Sehr hohe Zustimmung ("stimme voll und ganz zu") findet die Aussage, dass Kinder im Fernsehen zu viel Gewalt sehen. Große Zustimmung finden die Aussagen, dass Kinder nur Sendungen sehen sollen, die für Kinder gemacht sind, und dass wenn Kinder viel fernsehen, es an den Eltern liegt. Im übrigen wird befürchtet, dass fernsehen Kinder nervös macht und der Konzentrationsfähigkeit schadet sowie, dass sie durch fernsehen passiv werden und nicht lernen, selbständig zu denken. Die Befragten finden es auch eher weniger gut, dass ein Kind vor dem Fernseher sitzt, als dass es sich draußen "herumtreibt".

4.2. Einflussnahme auf Fernsehverhalten

Hinsichtlich der Wichtigkeit von Einflussnahme auf das Fernsehverhalten von Kindern wurde den Befragten eine Reihe von Aussagen vorgelegt, die vierstufig von "sehr wichtig" bis "gar nicht wichtig" beurteilt werden konnten. Die größte Zustimmung findet die Aussage, dass man mit den Kindern über Sendungen redet, die es gesehen hat (96 % der Befragten sagen wichtig oder sehr wichtig). Dies meinen vor allem die weiblichen Befragten mit Kindern. Auch die Vorbildfunktion des elterlichen Fernsehkonsums wird von den Befragten betont.

Hohe Zustimmung findet auch, dass man gemeinsam mit dem Kind Sendungen aussucht, die es ansieht, und dass man dem Kind Sendungen verbietet, in denen Gewalt gezeigt wird. Nahezu keine Zustimmung findet die Aussage, dass man das Kind im Fernsehen alles ansehen lässt, was es sehen möchte. Auch wird das Fernsehen als Belohnungs- oder Bestrafungsinstrument eher negativ eingeschätzt. Die Zustimmung bzw. Ablehnung der Befragten zu den vorgegebenen Aussagen, die auf allgemeine Einstellungen abzielen, kommt einem von der Pädagogik angestrebten reflektierten Umgang mit dem Medium recht nahe. Die Vorstellung darüber, wie eine Einflussnahme auf das Fernsehverhalten der Kinder denn im Idealfall aussehen sollte, festgemacht an den vorgegebenen, recht eindeutigen und offensichtlichen Statements, ist bei den Befragten offenbar vorhanden. Sie ist zu messen an den folgenden Aussagen zu der tatsächlichen Einflussnahme auf das Fernsehverhalten des Kindes.

Ein Blick auf die Praxis im Alltag zeigt, inwieweit Eltern tatsächlich oder vermeintlich über die Fernsehnutzung ihres Kindes/ihrer Kinder informiert sind. Die Aussagen basieren auf den Angaben der Befragten, die Kinder haben. Fast 90 % aller Befragten geben an, ganz genau oder ziemlich genau Bescheid zu wissen, wie lange das Kind fernsieht. Ebenfalls fast 90 % geben an, ganz genau oder ziemlich genau darüber Bescheid zu wissen, welche Sendungen das Kind sieht. Hier bestehen aber deutliche Unterschiede in Abhängigkeit vom Alter des Kindes.

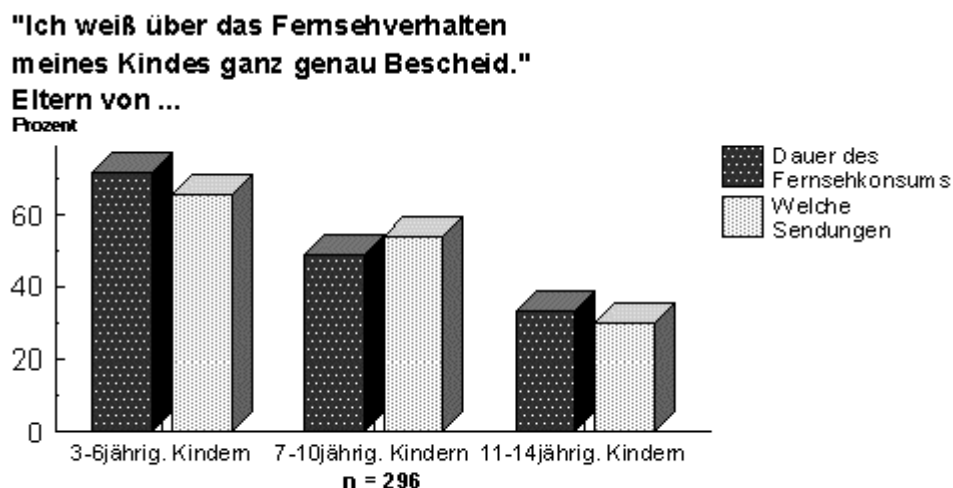


Abb. 8
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Eltern von 3 bis 6jährigen Kindern wissen, deren Angaben zu folge, am besten Bescheid, wie lange ihre Kinder fernsehen und was ihre Kinder fernsehen. Bei Eltern von Kindern von 7 bis 10 Jahren verschieben sich die Werte von der Antwort "ganz genau" hin zu "ziemlich

genau". Statt über 70 % geben nur noch knapp unter 50 % der Eltern an, ganz genau Bescheid zu wissen, wie lange ihr Kind fernsieht und welche Sendungen das Kind fernsieht. Diese Entwicklung setzt sich bei den Eltern von 11 bis 14jährigen Kindern fort. Der Anteil derer, die angeben, ganz genau Bescheid zu wissen, nimmt immer weiter ab und es geben immer mehr Eltern an, "ziemlich genau" Bescheid zu wissen.

Damit ist von einer - der Selbsteinschätzung nach - weitgehenden Informiertheit der Eltern über den kindlichen Fernsehkonsum, auch bei den 11-14jährigen (die häufig mit eigenen TV-Geräten ausgestattet sind) auszugehen. Die Zahl der Eltern, die angeben, dass sie "weniger" oder "gar nicht" über die Dauer des Fernsehkonsums der eigenen Kinder und über die von ihnen ausgewählten Sendungen Bescheid wissen, bleibt für die jüngeren Altersgruppen gering, ein Ergebnis, bei dem auch eine methodische Ungenauigkeit in dem Begriff "genau" eine Rolle spielen kann.

Bei der Frage nach der tatsächlichen Einflussnahme der Eltern in der Praxis auf das Fernsehverhalten von Kindern konnte mit häufig, gelegentlich, selten oder nie auf die Größenordnung der Anwendung vorgegebener Maßnahmen der Einflussnahme geantwortet werden.

Tatsächliche Einflußnahme auf das Fernsehverhalten von Kindern

n = 1310

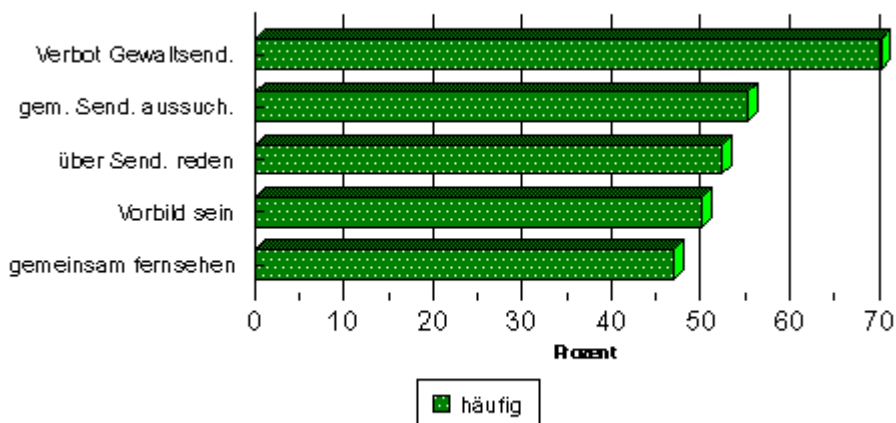


Abb. 9
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
"Kinder und Medien": Medienpädagogik im Alltag

Die Angaben legen den Schluss nahe, dass ein weitgehend befriedigender Zustand des Umgangs mit dem Medium im familiären Umfeld erreicht zu sein scheint: 70 % der Eltern geben an, dass sie häufig dem Kind Sendungen verbieten, in denen Gewalt gezeigt wird. Auch die weiteren Angaben zu den übrigen Maßnahmen verweisen auf idealtypische

Zustände, die in Relation zu den bisherigen Angaben (z.B. zur Dauer und Informiertheit) zu setzen sind: Häufig suchen Eltern mit ihrem Kind Sendungen aus, die es dann ansieht (55 %). Häufig reden Eltern mit dem Kind über Sendungen, die es gesehen hat (52 %). Häufig sehen Eltern gemeinsam mit dem Kind fern (47 %). Häufig geben Eltern an, hin und wieder selbst auf das Fernsehen zu verzichten, um dem Kind ein Vorbild zu geben (50 %).

Die medienpädagogischen und erzieherischen Maßnahmen der Eltern nehmen mit zunehmenden Alter der Kinder ab. Es geben 73 % der Eltern mit 3 bis 6jährigen Kindern an, dass sie häufig mit dem Kind zusammen Sendungen aussuchen, etwa die Hälfte (51 %) gibt mit häufig an, dass hin und wieder auf das Fernsehen verzichtet wird, um dem Kind ein Vorbild zu sein. Bei Erziehungsberechtigten für Kinder von 7 bis 10 Jahren hat die Bereitschaft, mit dem Kind eine Sendung auszusuchen, schon deutlich abgenommen. Sie beträgt bei der Angabe häufig nur noch 60 %. Bei den 11 bis 14jährigen suchen nur noch 35 % häufig zusammen mit dem Kind eine Sendung aus. Der Vorbildfunktion wird unabhängig vom Alter des Kindes eine hohe Bedeutung zugemessen.

Neben den Nennungen zur Frage, wie häufig bestimmte Maßnahmen angewandt werden, hatten die Befragten die Möglichkeit, ganz allgemein Auskunft darüber zu geben, in welchem Maß Einfluss genommen wird, was und wie oft das Kind fernsieht (sehr, etwas, weniger, gar nicht). Etwa zwei Drittel der Erziehungsberechtigten für Kinder von drei bis 14 Jahren geben an, sehr Einfluss auf das Fernsehverhalten ihrer Kinder zu nehmen. Nur 1 % gibt an, gar keinen Einfluss auf das Fernsehverhalten auszuüben. Wie bereits festgestellt, ist auch hier zu beobachten, dass die Eltern jüngerer Kinder häufiger angeben, sich in das Fernsehverhalten ihrer Kinder einzuschalten als Eltern älterer Kinder. Bei Erziehungsberechtigten für Kinder von 11 bis 14 Jahren geben nur noch etwas mehr als die Hälfte an, sehr Einfluss auf das Fernsehverhalten ihrer Kinder zu nehmen.

Zur Frage des Einflusses auf das Fernsehverhalten gehört auch, inwieweit Kinder alleine fernsehen dürfen. Befragt nach der Häufigkeit des Alleinfernsehens von Kindern geben nur 10 % der Befragten an, dass ihre Kinder häufig alleine fernsehen gegenüber 21 %, die aussagen, dass ihre Kinder nie alleine fernsehen. Die Tendenz geht den Angaben zu Folge offenbar dahin, dass mehrheitlich Kinder eher nicht alleine vor dem TV-Gerät sitzen (29 %: gelegentlich allein; 39 %: selten allein). Auch hier lassen sich wieder altersspezifische Unterschiede herausarbeiten. Es gilt: Je älter das Kind, desto häufiger sieht es alleine fern.

5. Medienpädagogische Angebote des Fernsehens

Das Fernsehen ist als nicht unerheblicher Einflussfaktor auf das tägliche Leben und auf die Erziehung von Kindern und Jugendlichen akzeptiert. Darauf wird im täglichen Verhalten reagiert, insbesondere im Zusammenhang mit Kindern. Die Reaktionen resultieren aus einem tendenziell eher negativen Bild vom Einfluss des Fernsehens auf Kinder und Jugendliche (und auch auf Erwachsene), wobei bei den Rezipienten nur ein diffuses Bild über (schädliche) Wirkungen des Fernsehens existiert. Dies kann sich auch in einem unsicheren Umgang mit dem Medium (Wieviel Fernsehen ist für mein Kind schädlich?) niederschlagen. Befragt nach "Sendungen über den Umgang mit dem Fernsehen" stufen daher auch 77% der Interviewten diese als wichtig bzw. sehr wichtig ein. Vor allem Befragte mit Kindern finden solche Sendungen sehr wichtig bzw. wichtig (84 %) gegenüber Befragten ohne Kinder (74 %). Dieses starke Interesse an solchen Sendungen schlägt sich insbesondere auch bei den Befragten mit Kindern nieder, die auf die Frage "Würden sie solche Sendungen über den Umgang mit dem Fernsehen ansehen?" zu 85 % mit bestimmt bzw. wahrscheinlich antworten.

Die Befragten, die solchen Sendungen positiv gegenüberstehen und angaben, sie bestimmt oder wahrscheinlich ansehen zu wollen, wurden abschließend nach ihren Nutzungsmotiven befragt. Der Befragtengruppe waren dazu fünf Nutzungsmotive vorgegeben, die mit "voll und ganz", "weitgehend", "weniger" oder "gar nicht" bewertet werden konnten. Über die Hälfte der Befragten (52%) stimmt der Aussage "Ich schaue die Sendung an, um zu erfahren, wie ich das Fernsehverhalten von Kindern beeinflussen kann" voll und ganz zu (weitgehend: 36 %). Zustimmung (in Form von "voll und ganz" u. "weitgehend") in ähnlicher Höhe erfahren die Aussagen "Ich schaue die Sendung an, um zu erfahren wie ich selbst besser mit dem Fernsehen umgehen kann" und "..., um zu erfahren, wie Fernsehen auf Menschen wirkt". Es besteht offenbar der Bedarf an Aufklärung über das Medium, zum einen, um die eigene Fernsehrezeption ob mit oder ohne Kinder reflektierend betrachten zu können, zum anderen um der gestellten Erziehungsaufgabe fundiert gerecht werden zu können.

Fazit

Den Befragten zufolge steht in fast jedem Haushalt ein Fernsehgerät, über das in der Regel auch mindestens 10 Programme empfangen werden können. Genutzt wird der Fernsehapparat recht rege, fast zwei Drittel geben an, an sieben Tage in der Woche fernzusehen.

Das eigene Lebensumfeld und Verhalten werden dabei - trotz der nicht zu leugnenden Tendenz, entsprechend sozialer Erwünschtheit zu antworten - realistisch beurteilt, alle darüber hinausgehenden Angaben über die Fernsehnutzung anderer sind verzerrt, Nutzungszeiten und Wirkungen werden viel höher, extremer und einseitiger als bei einem selbst eingeschätzt.

Dies gilt vor allem, wenn die Beziehung von Kindern zum Fernsehen erfragt wurde. Dass gerade die Aussage "Kindern sehen im Fernsehen zu viel Gewalt" die mit Abstand höchste Zustimmung (über 80 % sagen: stimme voll und ganz zu) erfährt, ist ein Indiz dafür, dass die Befragten nur zum Teil wissen, was ihre Kinder sehen und über Inhalte eher weniger informiert sind, da die Zeit bis ca. 20.00 Uhr abends, zu denen Kinder üblicherweise fernsehen, in der Regel bei öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehveranstaltern mit Inhalten besetzt ist, die zumindest nicht gegen die gesetzlichen Bestimmungen des Jugendschutzes verstoßen. Ein gemeinsamer Fernsehnachmittag mit Kindern könnte da Inhalte nahe bringen und ein differenzierteres Bild schaffen. Zu späteren Sendezeiten, insbesondere nach 20.00 Uhr bzw. 22.00 Uhr, zu denen gewalthaltige Inhalte durchaus platziert sein können, sollte aber die Erziehungspflicht der Eltern greifen, die Kindern den Zugang zum Medium Fernsehen einschränken. Dass eine generelle Einflussnahme auf das Fernsehverhalten von Kindern sehr wichtig ist, wird auch von fast allen Befragten bestätigt. So sind sehr viele dafür, gemeinsam mit dem Kind Sendungen auszusuchen, die es ansieht, oder Sendungen mit zuviel Gewalt zu verbieten. Wie dies bei jedem siebten Befragten, der angibt, dass ein Zweitgerät im Kinderzimmer steht, konkret umgesetzt wird, bleibt dabei zunächst offen. Hier offenbart sich auch ein Widerspruch: Über zwei Drittel der Eltern geben an, dem Kind häufig Sendungen zu verbieten, in denen Gewalt gezeigt wird. Diese Erziehungsmaßnahmen fruchten offenbar wenig, denn, wie oben bereits ausgeführt, ist die überwiegende Mehrheit der Befragten der Meinung, dass Kinder zuviel Gewalt im Fernsehen sehen. Bei einem häufig ausgesprochenen Verbot, das gezielt und fundiert angewandt im übrigen ein Wissen

über Programminhalte voraussetzt, wäre eine extensive Rezeption gewalthaltiger Sendungen - sofern sie überhaupt angeboten werden - für Kinder nicht möglich.

Auf der einen Seite angemessene, auf der anderen Seite aber überzogene Vorstellungen sind auch beim Fernsehimage generell auszumachen. Hier treten auch deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Untergruppen auf. Vor allem weibliche Befragte mit Kindern weisen dem Fernsehen Eigenschaften wie "verhindert Eigeninitiative" oder "macht süchtig" zu. Vor allem die Vielseher halten das Fernsehen für "unterhaltsam" und "interessant".

Das tendenziell jedoch eher negative Bild des Fernsehens als täglichen Einflussnehmer auf das eigene Leben ist gewiss ein wichtiger Grund dafür, dass fast 80 % der Befragten auf die Frage nach "Sendungen zum Umgang mit Fernsehen" diese als wichtig einschätzen.

