

→ Kinder und Fernsehen

*ARD-Forschungsdienst**

Das Fernsehen gehört nach wie vor zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen von Kindern. 62 Prozent aller Kinder im Alter zwischen drei und 13 Jahren werden täglich vom Fernsehen erreicht. Die durchschnittliche tägliche Sehdauer betrug im Jahr 2000 97 Minuten (Westen: 91 Minuten; Osten: 125 Minuten). Favoriten der Kinder sind die Sender der RTL-Gruppe, gefolgt von ProSieben und dem Kinderkanal. Inhaltlich konzentrieren sich die Vorlieben eindeutig auf fiktionale Angebote (Animation, Unterhaltung, Spannung, Komödie), während informationsorientierte Sendungen einen geringeren Stellenwert einnehmen. Die Fernsehnutzung von Kindern zeigt damit in den letzten Jahren ein stabiles Niveau und kaum Veränderungen. Allerdings fällt in jüngster Zeit eine zunehmende Verschiebung der Fernsehnutzung von Kindern in die Abendstunden auf (vgl. Feierabend und Simon). Damit sind Kinder auch stärker mit Inhalten konfrontiert, die ihrem Alter nicht immer angemessen sind. Nicht nur deswegen wird in der Öffentlichkeit über die möglichen Konsequenzen des Fernsehkonsums von Kindern diskutiert. Für eine wissenschaftlich fundierte Auseinandersetzung mit dem Thema Kinder und Fernsehen ist daher nicht nur die Frage relevant, wann und wie häufig Kinder fernsehen, sondern insbesondere, wie sie mit dem Fernsehen umgehen, welche Motive sie leiten, wie sie Fernseh-inhalte verarbeiten und welche Effekte des Fernsehkonsums beobachtet werden können. Im Folgenden werden daher einige neuere Studien vorgestellt, die sich mit diesen Fragen beschäftigen.

Die Studie von Roe zeigt, dass als problematisch angesehenes Medienverhalten von Kindern (zum Beispiel hoher Fernsehkonsum) nicht unbedingt, wie oft erwartet wird, mit einem niedrigen sozioökonomischen Status in der Familie zusammenhängt. Vielmehr sind es – eher unabhängig von der sozialen Schicht – konkrete Umfeldbedingungen (zum Beispiel Anzahl verfügbarer Fernsehgeräte), vor allem aber das Vorbildverhalten der Eltern, die den Fernsehkonsum von Kindern beeinflussen. Auf dieser Grundlage bilden sich verschiedene Nutzungsmuster heraus. So identifizierten Abelman und Atkin in ihrer Studie zwei Typen von kindlichen Fernsehzuschauern: Einerseits solche, die das Fernsehen primär aus Langeweile, Eskapismus- und Unterhaltungsmotiven nutzen und dabei wenig Bindungen an spezifische Sendungen entwickeln, andererseits solche, für die auch Informations- und Geselligkeitsmotive bedeutsam sind und die daher starke Bindungen an ganz spezifische Sender und Angebote ausbilden.

Fernsehen kann für Kinder emotional belastend sein. In einer holländischen Studie gaben mehr als 30 Prozent der befragten Kinder an, durch Fernseh-inhalte geängstigt worden zu sein, insbesondere durch realistische Darstellungen interpersonaler Gewalt in Spielfilmen und Serien (vgl. Valkenburg, Cantor und Peeters). Dabei dürfte die bisherige Medienerfahrung der Kinder eine wichtige Rolle spielen. So zeigt die Studie von Myrtek und Scharff, dass vor allen Dingen für wenig fernsehende Kinder dieses Medium emotional anstrengend und belastend ist. Für viel sehende Kinder dagegen stellt Fernsehen eher eine geringe emotionale bzw. physiologische Belastung dar, ganz im Gegensatz zu anderen Alltagssituationen, wie beispielsweise die Schule, die als anstrengend und unangenehm empfunden werden. Nach einer belgischen Studie erwies sich allerdings ein erhöhter Fernsehkonsum nicht als Ursache für schlechtere Schulleistungen, sondern vielmehr als deren Folge (vgl. Roe, Eggermont und Minnebo). Vermutlich nutzen Kinder nämlich das Fernsehen und dessen Inhalte dazu, negative Erfahrungen und Probleme in der Schule zu verdrängen bzw. zu kompensieren.

Die Folgen der Fernsehnutzung von Kindern können je nach Ausmaß des Konsums und genutzten Inhalten variieren. So kann durch Fernsehen beispielsweise das Fantasiespiel von Kindern angeregt werden, allerdings nur durch Sendungen, die speziell dafür konzipiert sind. Werden dagegen hauptsächlich die üblichen fiktionalen Unterhaltungsangebote (mit hohem Actionanteil) konsumiert, führt dies eher zu einer Reduktion der kindlichen Kreativität und des Fantasiespiels (vgl. Studie von Valkenburg und van der Voort). Unbestritten ist, dass Kinder vom Fernsehen lernen können. Wartella u.a. trugen in ihrer Studie Befunde zusammen, die belegen, dass das Fernsehen für Kinder und Jugendliche eine bedeutsame Informationsquelle in Bezug auf zwischenmenschliche Beziehungen und Sexualität darstellt. Insbesondere, weil das Thema Sexualität sowohl in der Familie als auch in der Schule und der Gesellschaft noch immer eher tabuisiert wird, gewinnen hier Fernseh-inhalte an Bedeutung für die Sozialisation. Das Fernsehen kann für Kinder ein effektives Informationsmedium sein, vorausgesetzt, die zu vermittelnden Inhalte werden entsprechend den kognitiven Voraussetzungen der Kinder angemessen gestaltet (vgl. Studie von Gunter, Furnham und Griffith).

Zur Vermeidung eines problematischen Umgangs mit dem Fernsehen (z.B. Vielsehen) und der daraus resultierenden negativen Konsequenzen (z.B. verzerrte Realitätswahrnehmung) sowie zur Förderung eines sinnvollen Umgangs mit dem Medium und möglicher positiver Effekte des Fernsehens

* Autor: Uli Gleich, Institut für Kommunikationspsychologie/
Medienpädagogik der Universität Koblenz/Landau. Adresse:
ARD-Forschungsdienst, Postfach 1144, 76801 Landau,
Fax: 06341/921712.

sind daher medienerzieherische Maßnahmen der Eltern notwendig. Die Studie von Götz zeigt dabei sehr deutlich, dass Eltern eine Vorstellung darüber haben, welche Sendungen für Kinder geeignet sind und welche nicht. Ob allerdings eine bloße Restriktion des Fernsehkonsums eine Erfolg versprechende Strategie ist, scheint angesichts der Ergebnisse von Van den Bulck und Van den Bergh eher fraglich. Es gilt vielmehr, Gratifikationsalternativen zum Fernsehen anzubieten.

Darüber hinaus können die Programmanbieter durch entsprechende Sendungen und inhaltliche Gestaltung zur Unterstützung positiver Effekte des Fernsehens beitragen. Doch hier sind die Möglichkeiten begrenzt, wie die Studie von Krčmar und Fudge Albada zeigt: Bemühungen, auf pädagogisch wertvolle Sendungen (zum Beispiel durch eine Etikettierung) hinzuweisen, können durchaus auch einen gegenteiligen Effekt haben (insbesondere bei älteren Kindern und Jungen). So bleibt letztendlich nur die Forderung und Hoffnung, dass eine frühzeitig beginnende umfassende Erziehung zur Medienkompetenz durch die verschiedenen Sozialisationsagenten (Eltern, Kindergarten, Schule) eine sinnvolle Fernsehnutzung der Kinder fördern und sie vor negativen Auswirkungen wappnen kann. Die Verantwortung der Medienproduzenten, für ein kindgerechtes Angebot zu sorgen, wird dadurch jedoch nicht geringer.

Roe, Keith
Socio-economic status and children's television use.
 In: Communications 25, 1/2000, S. 3-18.

Inwieweit hängt der Fernsehkonsum von Kindern vom sozioökonomischen Status der Eltern ab? Trifft es zu, dass Kinder aus höheren sozialen Schichten weniger fernsehen, eher öffentlich-rechtliche Programme bevorzugen und insgesamt mehr informationsorientierte Programme nutzen als Kinder, deren Eltern niedrigeren sozialen Schichten angehören? An einer Befragung in Belgien nahmen fast 1 000 Kinder (Durchschnittsalter: 10,5 Jahre) und ihre Eltern (Durchschnittsalter: ca. 38 Jahre) teil. Sie wurden nach ihrem Bildungs- bzw. Berufsstand und ihrem Medien-, insbesondere ihrem Fernsehkonsum sowie ihren Sender- und Programmpräferenzen befragt.

Dabei zeigten sich folgende Zusammenhänge:
 1. Je geringer der Bildungsgrad der Mutter war, desto mehr sahen die Kinder fern und desto eher bevorzugten sie kommerzielle Programmangebote (insbesondere Soap Operas) (linearer Zusammenhang).
 2. Dies galt ebenso, wenn die Väter ebenfalls einen niedrigeren Berufsstand hatten, erstaunlicherweise aber auch, wenn sie einen hohen Berufsstand hatten (kurvilinearer Zusammenhang).
 3. Der Bildungsstand der Mutter und der Berufsstand des Vaters verloren jedoch an Bedeutung, wenn weitere Einflussvariablen in die Analyse (Regression) einbezogen wurden. So zeigte sich das Geschlecht der Kinder als wichtiger Faktor (Jungen sahen häufiger fern als Mädchen), ebenso wie die Anzahl der Fernsehgeräte im Haushalt (je mehr Geräte vorhanden waren, desto mehr wurde fern-

gesehen), der elterliche Medienkonsum (je höher dieser war, desto höher war auch der Fernsehkonsum der Kinder) sowie schließlich die Schulleistungen der Kinder (insbesondere Kinder mit geringeren Schulleistungen sahen häufiger fern).

Die Ergebnisse zeigen, dass der sozioökonomische Status der Familie alleine kaum ausreicht, um unterschiedliches Mediennutzungsverhalten von Kindern zu erklären. Der Effekt des sozialen Status scheint eher indirekt zu sein und wird beeinflusst durch konkrete Umfeldbedingungen und vor allem das (Vorbild-)Verhalten der Eltern.

Wie wählen Kinder ihr Fernsehprogramm aus, woran orientieren sie sich, wenn sie fernsehen? Von welchen Motiven lassen sie sich leiten? Diese – auch für die Programmplaner wichtige Frage – wurde in der vorliegenden Studie untersucht. Dazu wurden 532 Kinder im Alter zwischen sieben und zwölf Jahren telefonisch befragt. Erhoben wurden unter anderem das Fernsehnutzungsverhalten sowie die Präferenzen für und die Bindung an bestimmte Sender und Programmangebote. Dabei zeigten sich zwei unterschiedliche Nutzertypen: 1. Kinder, die überwiegend am Medium Fernsehen selbst orientiert waren (mediumorientierter Typus). Ihre Motive waren hauptsächlich habituell und auf Zeitvertreib, Eskapismus und Unterhaltung ausgerichtet. Kennzeichen dieser Seher ist, dass weder eine Bindung an ein bestimmtes Angebot besteht noch dass spezifische Sendungen gut bekannt sind, vielmehr ist das Fernsehen allgemein wichtig. Die Fernsehnutzung war in diesem Fall höher ausgeprägt als bei anderen Kindern. 2. Kinder, die sich an bestimmten Programmangeboten orientieren (programmorientierter Typus). Bei ihnen standen neben der Unterhaltung insbesondere die Motive Information und Geselligkeit stark im Vordergrund. Gleichzeitig bestand bei diesen Nutzern eine enge Bindung an bestimmte Programmangebote und das Bewusstsein darüber, welche Sender bzw. Sendungen zur Bedürfnisbefriedigung genutzt werden können, war stärker ausgeprägt. Das Ausmaß der Fernsehnutzung war gegenüber der ersten Gruppe geringer.

Bemühungen von Medienproduzenten, einen Sender oder ein Programmangebot mit hohem Promotionaufwand als Marke in den Köpfen der Zuschauer zu etablieren, hat somit nur bei einem Teil des kindlichen Publikums Erfolg und zwar insbesondere bei denjenigen, deren Fernsehnutzungsmotive im Bereich Information und Geselligkeit liegen.

Während es zur Frage nach der Wirkung des Fernsehens auf aggressives Verhalten ausgeprägte Forschungsaktivitäten gibt, ist Angst als Effekt des Fernsehkonsums bislang nur selten thematisiert worden. Aus diesem Grund haben die Autorinnen 314 holländische Kinder im Alter zwischen sieben und zwölf Jahren per Telefoninterview nach entsprechenden Erfahrungen befragt. Die Kinder sollten angeben, ob und wie häufig sie beim Anschauen von Fernsehsendungen Angsterlebnisse hatten und welche Bewältigungsstrategien

Abelman, Robert/ David Atkin
What children watch when they watch TV: Putting theory into practice.
 In: Journal of Broadcasting and Electronic Media 44, 1/2000, S. 143-154.

Valkenburg, Patti M./ Joanne Cantor/ Allerd L. Peeters
Fright reactions to television. A child survey.
 In: Communication Research 27, 1/2000, S. 82-99.

angewendet wurden, mit der Angst umzugehen. 31 Prozent der befragten Kinder gaben an, in letzter Zeit beim Fernsehen schon einmal Angst verspürt zu haben. Die Sendungen, die dabei am häufigsten genannt wurden, waren Spielfilme (zum Beispiel „Gremlins“) oder Serien (zum Beispiel „Kommissar Rex“, „Akte X“). Angst hatten die Kinder insbesondere vor realistisch präsentierte interpersonaler Gewalt (Mord, Verbrechen), am geringsten war ihre Angst bei Fantasiefiguren (zum Beispiel Monster, Aliens, Geister). Unglücksfälle und Katastrophen (zum Beispiel Autounfall, brennendes Haus) sowie Krieg und Leid lagen in der Einschätzung dazwischen.

Mädchen und jüngere Kinder waren insgesamt ängstlicher als Jungen und ältere Kinder. Zur Bewältigung der Angst wurden von den Kindern am häufigsten kognitive Strategien angewendet (das Dargestellte ist nicht real, die Sendung wird gut ausgehen, etc.). Die zweithäufigste Strategie war die physische Intervention (Wegsehen, Augen zuhalten, etc.), gefolgt von Flucht (Programm wechseln, Fernsehgerät ausschalten, Zimmer verlassen) und sozialer Unterstützung (physische Nähe zu den Eltern suchen, Reden mit den Eltern, etc.).

Die Ergebnisse der Studie unterstreichen die Notwendigkeit für Eltern und Pädagogen, die Medienkompetenz bei Kindern zu fördern, um langfristige negative Effekte angsterregender Inhalte zu vermeiden. Produzenten können diesen Prozess zum Beispiel durch entsprechende Kennzeichnung von Programmangeboten oder auch eine verantwortungsvolle Platzierung von Sendungen unterstützen.

*Myrtek, Michael/
Christian Scharff*
**Fernsehen, Schule und
Verhalten. Unter-
suchungen zur
emotionalen Beanspruchung
von Schülern.**
Bern: Hans Huber-
Verlag 2000.

Im Zentrum der Studie stand die Frage nach der emotionalen Beanspruchung von Kindern durch Vielsehen. Insgesamt 100 elf- und 15-jährige männliche Schüler nahmen an einer Untersuchung teil, bei der mit Hilfe eines tragbaren Datenerfassungssystems kontinuierlich physiologische Messwerte (zum Beispiel Herzfrequenz) erhoben wurden. Aus diesen Daten konnte die momentane Aktivierung der Schüler sowie deren emotionale Belastung ermittelt werden. Gleichzeitig wurde über dieselbe Apparatur auch das aktuelle Empfinden (subjektive Belastung) sowie aktuelles Verhalten (zum Beispiel Liegen, Sitzen, Gehen), Aufenthaltsort (zum Beispiel Schule, zu Hause) und Tätigkeiten (zum Beispiel Fernsehen, Essen, Gespräch) erfasst.

Die Teilnehmer sahen im Durchschnitt 1,9 Stunden (Elfjährige) bzw. 2,2 Stunden (15-Jährige) am Tag fern. Junge Vielseher sahen knapp 2,9 Stunden, junge Wenigseher circa 0,8 Stunden. Die älteren Vielseher kamen auf 3,3 Stunden tägliche Fernsehzeit, die älteren Wenigseher auf 1,1 Stunden. Vielseher waren weniger häufig unterwegs als Wenigseher, setzten sich weniger körperlichen Belastungen aus, führten seltener Gespräche, waren tagsüber öfter alleine und hatten weniger Kontakt mit Freunden, wiesen also insgesamt ein weniger reges Freizeitverhalten auf. Im Fernsehen bevorzugten Vielseher stärker die privaten Programme als die Wenigseher. Physiologisch reagierten sie auf alle Sendungen schwächer als Wenigseher, das

heißt, Fernsehen war für sie weniger erregend, die emotionalen Reaktionen auf das Fernsehen waren deutlich schwächer als bei den Wenigsehern. Vor allem die jüngeren Wenigseher reagierten im Vergleich dazu emotional sehr stark auf das Fernsehen. Gleichzeitig waren Vielseher in der Schule emotional und mental stärker beansprucht als Wenigseher und beurteilten die Situation Schule als weniger angenehm und als belastend.

Je mehr Kinder also fernsehen, desto weniger scheint das Fernsehen sie emotional zu belasten und anzustrengen. Möglicherweise liegt hier eine Art Gewöhnungseffekt bei den Vielsehern vor. Gleichzeitig sind sie jedoch in anderen Situationen (zum Beispiel Schule) subjektiv stärker belastet. Dies könnte ein Hinweis dafür sein, dass Vielseher das Fernsehen als Kompensationsmöglichkeit für negativ empfundene Stresssituationen nutzen, um abzuschalten und zu entspannen. Wenigseher dagegen verfügen offensichtlich über andere Bewältigungsstrategien für belastende Alltagssituationen. Für sie ist jedoch das Fernsehen anstrengend.

Welchen Einfluss haben die Medien auf die Schulleistung von Kindern? Diese Frage wurde bereits häufig untersucht, die Ergebnisse sind bislang aber eher uneindeutig. In einer belgischen Langzeitstudie über drei Jahre wurden 1001 Kinder im Durchschnittsalter von neunehalb Jahren zu mehreren Zeitpunkten befragt. Erfasst wurden unter anderem Mediennutzung, Freizeitaktivitäten und Schulleistungen (insbesondere Lese- und Schreibfähigkeiten). Unabhängig von ihrer Mediennutzung zeigten Mädchen die besseren Leistungen in den Lese- und Schreibtests als Jungen. Ebenfalls unabhängig von der Mediennutzung schnitten Kinder aus sozioökonomisch günstigeren Milieus besser ab als Kinder aus niedrigeren sozioökonomischen Gruppen. Kinder mit niedrigem sozioökonomischen Status nutzten audiovisuelle Medien (z.B. Fernsehen) häufiger, während Kinder mit höherem sozioökonomischen Status eher Printmedien häufig nutzten. Der häufige Gebrauch von AV-Medien (Fernsehen, Video, Computer) ging mit schlechteren Schulleistungen einher, ein häufigerer Gebrauch von Printmedien korrelierte mit besseren Testergebnissen.

Diese Ergebnisse sprechen zunächst für die häufig vertretene These, dass eine ausgeprägte Nutzung von AV-Medien einen negativen Einfluss auf die Schulleistungen hat. Allerdings zeigten weitere Analysen auf der Basis von Strukturgleichungsmodellen (LISREL), dass eine solche Kausalinterpretation der gefundenen Zusammenhänge schwierig ist. Vielmehr weisen die Befunde darauf hin, dass eher die schlechteren Schulleistungen bzw. die damit verbundenen negativen Erfahrungen mit der Schule für den gesteigerten Konsum

*Roe, Keith/
Steven Eggermont/
Jurgen Minnebo*
**Media use and
academic achievement:
Which effects?**
In: Communications.
The European
Journal of Communi-
cation Research 26,
1/2001, S. 39-57.

audiovisueller Medien (insbesondere Fernsehen und Computer) der Kinder verantwortlich sind.

Möglicherweise dient der Konsum bestimmter Medien je nach individuellen Erfahrungen der Kinder zur Unterstützung eines positiven (intellektuellen) Selbstkonzeptes (in diesem Fall werden Bücher gelesen) oder aber als Strategie zur Bewältigung oder Verdrängung negativer Erfahrungen, verbunden mit einem negativen (intellektuellen) Selbstkonzept (in diesem Fall werden audiovisuelle Medien zur Ablenkung benutzt). Jedenfalls kann nach den vorliegenden Ergebnissen kaum von einem direkten linearen Effekt der Mediennutzung auf die Schulleistungen ausgegangen werden.

Valkenburg, Patti M./
Tom H. A. van der
Voort

**Stimulation oder
Reduktion? Theo-
retische Positionen und
empirische Ergebnisse
zur Auswirkung des
Fernsehens auf das
Fantasiespiel.**

In: Hoppe-Graff,
Siegfried/Rolf Oerter
(Hrsg.): Spielen und
Fernsehen. Über die
Zusammenhänge
von Spiel und
Medien in der Welt
des Kindes. Wein-
heim: Juventa 2000,
S. 155-178.

Welche Rolle spielt das Fernsehen bei der Entwicklung des Fantasiespiels von Kindern (jenem Spiel also, bei dem Kinder so tun als ob und damit die Grenzen der Realität überschreiten)? Darüber gibt es kontroverse Auffassungen: Einige Autoren vertreten die Auffassung, das Fernsehen unterstütze das Fantasiespiel (Stimulationshypothese), andere sind der Ansicht, Fernsehen schränke das Fantasiespiel ein (Reduktionshypothese). Die Autoren stellen eine Literaturliste vor, die eine Reihe von Ergebnissen empirischer Studien zu der oben genannten Frage zusammenfasst. Danach lassen so genannte Displacementstudien den Schluss zu, dass das Fernsehen die Zeit für das Spielen und damit auch die Zeit für Fantasiespiel bei Kindern einschränkt (Hypothese der Verlagerung von Aktivitäten). Dennoch gehen Fernsehhalte sowohl während des Zuschauens als auch anschließend in das Fantasiespiel der Kinder ein. Allerdings ist nicht geklärt, wie häufig die Kinder Elemente aus Fernsehsendungen im Spiel verwenden und ob Fernsehen die Häufigkeit des Fantasiespiels beeinflusst. Es konnten kaum Zusammenhänge zwischen der Gesamtdauer des Fernsehens und der Qualität des Fantasiespiels von Kindern gefunden werden.

Sahen Kinder allerdings Abenteuer, Gewalt- und Actionsendungen, so war das Fantasiespiel reduziert. Auch experimentelle Studien zeigten schließlich, dass ein hohes Maß an Action und Gewalt das Fantasiespiel beeinträchtigen kann. Gute, das heißt pädagogisch wertvolle oder zumindest unbedenkliche Sendungen konnten dagegen das Fantasiespiel anregen, insbesondere, wenn die Kinder weniger fantasiebegabt waren und sie über Spielmaterial mit Programmbezug verfügten.

Unter medienpädagogischen Gesichtspunkten ist daher einerseits eine Unterstützung der Kinder bei der Auswahl von Fernsehsendungen durch die Eltern hilfreich. Andererseits ist an die Medienproduzenten der Appell zu richten, entsprechende Sendungen, die das Fantasiespiel der Kinder fördern können, zu produzieren und anzubieten.

Angesichts der Tatsache, dass Kinder auch eine nicht unbeträchtliche Menge an Erwachsenen-sendungen konsumieren („heimliches Kinderprogramm“) gehen die Autoren im Rahmen eines Forschungsreviews der Frage nach, welchen Einfluss sexuelle Inhalte in Unterhaltungsprogrammen (z.B. Soap Operas, Talkshows, Werbung) auf Wissen, Einstellungen und sexuelles Verhalten von Kindern und Jugendlichen haben. Die Ergebnisse von diversen Experimenten und Korrelationsstudien zeigen zusammenfassend folgendes: 1. Der Konsum von sexuellen Inhalten führt kaum direkt zur Veränderung von sexuellem Verhalten. 2. Effekte ergeben sich vielmehr auf der Ebene von Realitätswahrnehmung und Einstellungen. Zum Beispiel sind Viel-seher von Soap Operas der Ansicht, dass alleinerziehende Mütter ein relativ angenehmes Leben haben, und außereheliche sexuelle Beziehungen werden für normaler eingeschätzt und positiver bewertet als Sexualität in der Ehe. Heirat und Ehe halten diejenigen, die häufig Soap Operas sehen, für weniger wichtig und richtig. Außerdem wurde ein Zusammenhang zwischen dem Konsum von Soap Operas bzw. Werbung und mangelnder Zufriedenheit mit dem eigenen Körper (Bodyimage) festgestellt. Insbesondere für Mädchen und diejenigen Kinder und Jugendlichen, die den Fernsehdarstellungen einen hohen Realitätsgrad zuschrieben, dienten sexuelle Darstellungen im Fernsehen als Informationsquelle über dieses Thema.

Gerade Kinder in einem bestimmten Alter sind aufgrund ihrer Entwicklung und den damit verbundenen Entwicklungsaufgaben am Thema Sexualität stark interessiert. Da dieses Thema jedoch sowohl in der Familie als auch in Schule und Gesellschaft noch immer eher tabuisiert wird, gilt das Fernsehen als bedeutsame Informationsquelle in Bezug auf zwischenmenschliche Beziehungen und Sexualität. Problematisch wird dies jedoch, wenn im Fernsehen anstelle von vernünftiger Aufklärung eher realitätsferne Darstellungen von Liebe, Partnerschaft und Sexualität gezeigt werden (z.B. in Soap Operas). Kinder und Jugendliche, die solche Sendungen unter anderem auch zum Zwecke der sozialen Orientierung konsumieren, wird somit ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit vermittelt, das unter bestimmten Bedingungen Einfluss auf die Gestaltung eigener Vorstellungen und Handlungen haben kann.

Welche Rolle spielt der Darbietungsmodus beim Behalten von Nachrichten durch Kinder? Lernen Kinder mehr, wenn sie Nachrichten im Fernsehen anschauen, oder sind entsprechende Informationen in gesprochener bzw. geschriebener Form effektiver? Diese Fragen wurden im Rahmen eines Experiments mit 166 britischen Kindern im Alter zwischen zehn und elf Jahren untersucht. Die Versuchsteilnehmer wurden mit fünf Nachrichtenbeiträgen aus einer Kindernachrichtensendung konfrontiert. Diese wurden entweder in ihrer ursprünglichen Form (audiovisuell), in einer Printversion (identischer Text in Zeitungsaufmachung) oder in einer Hörversion (Nachrichtentext ohne Bilder) präsentiert. Ein anschließender Erinnerungstest er-

Wartella, Ellen/
Ronda Scantlin/
Jennifer Kotler/
Aletha C. Huston/
Edward Donnerstein

**Effects of sexual
content in the media
on children and
adolescents.**

In: Von Feilitzen,
Cecilia/Ulla Carlsson
(Hrsg.): Children in
the new media
landscape. Games,
pornography,
perceptions.
Göteborg: Göteborg
University 2000,
S. 141-153.

Gunter, Barrie/
Adrian Furnham/
Sarah Griffith

**Children's memory for
news: A comparison of
three presentation
media.**

In: Media Psychology
2, 2/2000, S. 93-118.

fasste, was die Kinder von den Nachrichten behalten hatten.

Es zeigte sich, dass die Nachrichten im Fernsehen von den Kindern besser behalten wurden als die Nachrichten in der Audio- und in der Printversion (die beiden letzten Versionen wurden gleich gut bzw. schlecht erinnert). Der Vorteil des Fernsehens trat vor allem dann deutlich zum Vorschein, wenn verbale Informationen erinnert wurden, die gleichzeitig durch entsprechende (konvergente) Bilder unterstützt wurden. Bei rein verbalen Informationen (die auch im Fernsehen nicht durch Bilder begleitet wurden), zeigten sich dagegen nur geringfügigere Unterschiede zwischen den drei Versionen. Darüber hinaus zeigte sich, dass Kinder mit einer besseren Lesefähigkeit die dargebotenen Informationen unabhängig vom Präsentationsmedium besser behielten als Kinder mit einer schlechteren Lesefähigkeit.

Im Vergleich zu Erwachsenen, die – wie einige Studien zeigen – in der Regel Printnachrichten besser behalten, scheint für Kinder im Alter zwischen zehn und elf Jahren das Fernsehen das effektivere Informationsmedium zu sein. Die Voraussetzung dafür ist eine hohe semantische Überlappung der verbalen und visuellen Informationsinhalte, was beim verwendeten Darbietungsmaterial (Kindernachrichten) der Fall war. Nach der Theorie der dualen Kodierung von Paivio werden audiovisuelle Informationen in einem visuellen und in einem verbalen Gedächtnis abgespeichert. Sind diese Informationen redundant bzw. aufeinander bezogen, fällt das Abrufen dieser Informationen leichter. Bei Nachrichten für Erwachsene findet man dagegen häufig inkongruente Bild-Text-Informationen, was zu einer erschwerten Verarbeitung führt und somit das Erinnern an audiovisuelle Nachrichten gegenüber Printinformationen erschwert. Für die Gestaltung von informationsbezogenen Inhalten für Kinder (ebenso aber auch für Erwachsene) ist daher auf eine möglichst hohe Übereinstimmung von Text und Bildinformationen zu achten.

Götz, Maya
Kinder- und Familien-
fernsehen aus der Sicht
der Eltern.

In: *Television* 14,
1/2001, S. 41-48.

Fernsehen ist ein zentrales Thema in Familien mit Kindern und dort mit Abstand wichtigster Diskussionsanlass. Wie regeln Eltern den Fernsehkonsum ihrer Kinder? Welche Vorstellungen haben sie über die notwendige Qualität von Fernsehangeboten für Kinder? Zu diesen Punkten führte die Autorin per Internet eine Befragung von 162 Eltern (zumeist Mütter) mit Kindern im Durchschnittsalter von fünf Jahren durch. Es zeigte sich, dass unter den Eltern weitgehend Einigkeit darüber herrschte, dass es Fernsehregeln geben müsse. Diese werden in den meisten Fällen von den Erwachsenen festgelegt und beziehen sich in der Regel auf eine zeitliche Limitierung des Fernsehkonsums der Kinder. Ebenfalls die meisten Eltern gaben an, den Fernsehkonsum ihrer Kinder, sowie vor allem die Inhalte, die gesehen werden, zu kontrollieren. Gefragt nach drei Sendungen, die sie für Kinder für geeignet hielten, nannten die Eltern am häufigsten „Die Sendung mit der Maus“ (91 Nennungen), „Löwenzahn“ (58) und „Sesamstraße“ (48), gefolgt von „Biene Maja“, „Sandmännchen“ und Tiersendungen.

Nach Ansicht der Eltern sollten Kindersendungen in erster Linie lehrreich sein, gefolgt von den Attributen altersadäquat, gewaltfrei, informativ, lustig, unterhaltsam und verständlich. Bei den Sendungen, die Eltern für ihre Kinder für angemessen und geeignet halten, dominieren in erster Linie Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender. Als ungeeignet bezeichneten die Eltern Sendungen wie zum Beispiel „Pokémon“, Krimis und Nachrichten, die insgesamt als zu gewalthaltig angesehen wurden, bzw. die Kinder (kognitiv) überforderten. Fernsehen ist in den Augen der Befragten auch Familienangelegenheit und dient dazu, gemeinsame Erlebnisse zu ermöglichen. Dazu geeignet erscheinen den Eltern vor allem Unterhaltungsshow (z.B. „Wetten dass ...?“) oder auch Quizformate.

Häufig sind Pädagogen und Eltern besorgt über den Medienkonsum von Kindern, der nicht selten als schädlich angesehen wird. Im Rahmen der Medienerziehung werden daher verschiedene Maßnahmen diskutiert, wie der Fernsehkonsum von Kindern sinnvoll geregelt bzw. einzuschränken sei. Dabei ergibt sich zwangsläufig die Frage, welche Methoden effektiv sind, um das Ausmaß der Mediennutzung – insbesondere des Fernsehens – in den Griff zu bekommen, und welche sich eher weniger eignen. In einer belgischen Studie wurden zu diesem Zweck 519 Kinder im Alter zwischen zehn und elf Jahren zum medienbezogenen Erziehungsverhalten ihrer Eltern sowie zu ihrem eigenen Medienkonsum (Fernsehen, Buch, Comics, Computerspiele) befragt.

Das medienbezogene Erziehungsverhalten der Eltern ließ sich differenzieren in Restriktion (z.B. Verbot von Fernsehen), Evaluation (z.B. Erläuterung und Bewertung fernsehvermittelter Inhalte) und das so genannte Co-Viewing (gemeinsames Anschauen von Sendungen). Es zeigte sich, dass restriktive Maßnahmen zwar mit geringerem Fernsehkonsum einhergingen, allerdings nur bei Mädchen, nicht bei Jungen. Gleichzeitig erhöhte sich jedoch die Nutzung anderer Medien, die ähnliche Gratifikationen wie das Fernsehen boten, wie etwa das Computerspiel. Die Nutzung von Büchern konnte durch restriktive Erziehungsmaßnahmen nicht positiv unterstützt werden.

Will man den Fernsehkonsum von Kindern reduzieren und sie stattdessen zum Konsum von (guten) Büchern anregen, so sind einfühlsame Strategien zu empfehlen, wie beispielsweise das Co-Viewing, die den Kindern das Gefühl von Angenommen- und Ernstgenommensein vermitteln. Sie stärken Selbstkontrolle und Selbstwertgefühl der Kinder sowie insgesamt die soziale und kognitive Entwicklung. Unter diesen Voraussetzungen – so zeigen weitere Studien – relativiert sich auch der Fernsehkonsum von Kindern.

*van den Bulck, Jan/
Bea van den Bergh*

**The influence of
perceived parental
guidance patterns on
children's media use:
Gender difference and
media displacement.**

In: *Journal of Broad-*
casting & Electronic
Media 44, 3/2000,
S. 329-348.

Krcmar, Marina/
Kelly Fudge Albada

The effect of an educational/informational rating on children's attraction to and learning from an educational program.

In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44, 4/2000, S. 674-689.

Im Jahr 1996 hat die Regulierungsbehörde FCC in den USA den Rundfunkveranstaltern vorge-schrieben, dass bestimmte Sendungen gekennzeichnet werden müssen. Dies gilt sowohl für problematische Inhalte (wie z.B. Gewaltdarstellungen, explizite Sprache), als auch für Sendungen mit erzieherischem Inhalt. Dabei weist die Kennzeichnung „E/I“ (= educational/informational) auf Sendungen hin, die für Kinder geeignet sind und aus denen sie etwas lernen können. Welchen Effekt hat nun ein E/I-Rating einer Sendung auf die Präferenzen und Beurteilung der Sendung durch die Kinder? In einem Experiment mit 169 Kindern im Durchschnittsalter von knapp acht Jahren sollte diese Frage geklärt werden.

Die Kinder sahen einen Ausschnitt aus einem pädagogisch wertvollen Programm (Tierdokumentation), der entweder mit einem E/I-Rating gekennzeichnet war oder nicht (Kontrollgruppe). In weiteren Versionen wies der Leiter des Experiments explizit auf das E/I-Rating hin bzw. erklärte den Kindern zusätzlich die Bedeutung dieses Ratings. Als abhängige Variablen wurde erfasst, wie sehr die Kinder die Sendung mochten (Liking), wie aufmerksam sie zuschauten (Attention; operationalisiert als Blickzuwendung, die während der Rezeption beobachtet wurde) und wieviel sie vom Inhalt der Sendung behielten (Recall).

Enthielt die Sendung ein E/I-Rating, wurde sie vor allem von älteren Jungen weniger gemocht als wenn sie kein solches Etikett aufwies. Ältere Mädchen dagegen äußerten ausgeprägtere Präferenzen für die Sendung, wenn sie ein E/I-Rating enthielt. Auch die Aufmerksamkeit gegenüber der Version mit dem E/I-Rating war bei Jungs niedriger, insbesondere, wenn von einem Erwachsenen explizit auf dieses Label hingewiesen wurde. Schließlich zeigte sich, dass auch die Erinnerungsleistungen nachließen, wenn die Sendung ein E/I-Label enthielt.

Ebenso wie die Kennzeichnung gewalthaltiger Inhalte offensichtlich dazu führt, dass Kinder solche Sendungen attraktiver als andere finden (so zeigen zumindest einige Studien), hat die Kennzeichnung einer Sendung als kindergerecht und pädagogisch wertvoll offensichtlich – zumindest bei männlichen Zuschauern – einen gegenteiligen Effekt. Die Kennzeichnung erzeugt auch gerade bei älteren Kindern eine Abwehrhaltung, die dazu führt, dass die Sendung als weniger attraktiv eingeschätzt wird. Die Konsequenz ist, dass die Kinder weniger aufmerksam sind und weniger behalten.

Weitere Literatur:

Bayerische Landeszentrale für neue Medien, BLM/AJ Bayern (Hrsg.): *Kinder sehen fern. 5 Bausteine zur Fernsehrezeption von Kindern*. München: KoPäd-Verlag 2000.

Buijen, Moniek/Patti M.Valkenburg: *The impact of television advertising on children's christmas wishes*. In: *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44, 3/2000, S. 456-470.

Burkhardt, Wolfgang: *Förderung kindlicher Medienkompetenz durch die Eltern. Grundlagen, Konzepte und Zukunftsmodelle* (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, LfR; Band 40). Leverkusen: Leske + Budrich 2001.

Caviola, Sandra: *Vorschulkinder und Gewalt im Kinderprogramm. Eine qualitative Untersuchung zur Rezeption gewalthaltiger Fernsehhalte durch Vorschulkinder* (Aktuelle Medien- und Kommunikationsforschung, Band 14). Münster: LIT Verlag 2001.

Feierabend, Sabine/Walter Klingler: *Kinder und Medien 2000: PC/Internet gewinnen an Bedeutung. Ergebnisse der Studie KIM 2000 zur Mediennutzung von Kindern*. In: *Media Perspektiven* 7/2001, S. 345-357.

Feierabend, Sabine/Erk Simon: *Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung 2000 von Drei- bis 13-Jährigen*. In: *Media Perspektiven* 4/2001, S. 176-188.

Fisch, Shalom M.: *A capacity model of children's comprehension of educational content on television*. In: *Media Psychology* 2, 1/2000, S. 63-91.

Fisch, Shalom M./Rosemarie T. Truglio/Children's Television Workshop (Hrsg.): *„G“ is for growing. Thirty years of research on children and Sesame Street*. London: Lawrence Erlbaum 2001.

Fischer, Gabriele: *Fernsehmotive und Fernsehkonsum von Kindern. Eine qualitative Untersuchung zum Fernsehalltag von Kindern im Alter von 8 bis 11 Jahren* (Angewandte Medienforschung – Schriftenreihe des Medien Instituts Ludwigshafen, Band 16). München: Reinhard Fischer 2000.

Gaziano, Cecile: *Toward a broader conceptual framework for research on social stratification, childrearing patterns and media effects*. In: *Mass Communication & Society* 4, 2/2001, S. 218-244.

Götz, Maya: *Gemeinsamkeit und Ausgrenzung: Die Bedeutung von Big Brother für Kinder*. In: Cippitelli, Claudia/Axel Schwanebeck (Hrsg.): *Pickel, Küsse und Kulissen: Soap Operas im Fernsehen*. München: Reinhard Fischer 2001, S. 87-104.

Grimes, Tom/Lori Bergen: *The notion of convergence as an epistemological base for evaluating the effect of violent TV programming on psychologically normal children*. In: *Mass Communication & Society* 4, 2/2001, S. 182-198.

Grüniger, Christian/Frank Lindemann: *Vorschulkinder und Medien. Eine Untersuchung zum Medienkonsum von drei- bis sechsjährigen Kindern unter besonderer Berücksichtigung des Fernsehens* (Schriftenreihe der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur). Opladen: Leske + Budrich 2000.

Krcmar, Marina/Mark C. Cooke: *Children's moral reasoning and their perception of television violence*. In: *Journal of Communication* 51, 2/2001, S. 300-316.

Livingstone, Sonia M./Moiria Bovill: *Children and their changing media environment. A Europe-*

an comparative study. London: Lawrence Erlbaum 2001.

Neuß, Norbert (Hrsg.): *Fantasiegefährten. Warum Kinder unsichtbare Freunde erfinden. Psychologie, Ursache, Umgang*. Weinheim: Beltz 2001.

Neuß, Norbert/Claus Koch (Hrsg.): *Teletubbies & Co. Schadet Fernsehen unseren Kindern?* Weinheim: Beltz 2001.

Paus-Haase, Ingrid/Bernd Schorb (Hrsg.): *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: Ein Arbeitsbuch*. München: KoPäd 2000.

Price, Monroe E./Stefaan Verhulst: *Parental control of television broadcasting*. London: Lawrence Erlbaum 2001.

Schächter, Markus (Hrsg.): *Reiche Kindheit aus zweiter Hand? Medienkinder zwischen Fernsehen und Internet. Medienpädagogische Tagung des ZDF 2000*. München: KoPäd-Verlag 2001.

Singer, Dorothy G./Jerome L. Singer (Hrsg.): *Handbook of children and the media*. Thousand Oaks: Sage Publications 2001.

Smith, Stacy L./Barbara J. Wilson: *Children's reactions to a television news story. The impact of video footage and proximity of the crime*. In: *Communication Research* 27, 5/2000, S. 641-673.

Theunert, Helga/Christa Gebel (Hrsg.): *Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung – Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend (BLM-Schriftenreihe, Band 63)*. München: Reinhard Fischer 2000.

Valkenburg, Patti M./Joanne Cantor: *Children's likes and dislikes of entertaining programs*. In: Zillmann, Dolf/Peter Vorderer (Hrsg.): *Media entertainment. The psychology of its appeal*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum 2000, S. 135-152.

Walma van der Molen, Juliette H./Tom H. A van der Voort: *Children's and adult's recall of television and print news in children's and adult news formats*. In: *Human Communication Research* 27, 2/2000, S. 132-160.

