

Ben Bachmair, Clemens Lambrecht, Claudia Topp

Familien vor dem Bildschirm

Diskussion einer Programm- und Nutzungsstichprobe

Das Familienprogramm besteht nicht nur aus Einzelsendungen bzw. Programm-Hits. Familien nutzen auch Programmflächen, deren Inhalte für Kinder häufig problematisch sind.

1. Fernsehen im Aufgabenfeld der Familie

Fernsehen ist alltäglich selbstverständlicher Teil des Sozialsystems Familie. Bettina Hurrelmann¹ hat in ihrer heute immer noch gültigen Untersuchung entfaltet, welche Bedeutung Fernsehen damit bekommen hat und welche Erziehungsprobleme in der Sicht der Eltern daraus erwachsen. Als Teil des Familiensystems geht Fernsehen, von der Rezeptionssituation, der Nutzungsmenge, den Zeiten, wann der Fernseher eingeschaltet ist, bis hin zu den Programminhalten, in den „Sozialisationskontext“ (S. 24) der Familien ein. Familie bietet Kindern Formen der Alltagsorganisation, stellt vermittelnd den Zusammenhang zu ihrer Umwelt her und gestaltet zwischenmenschliche Beziehungen. In diesem Gefüge von Beziehungsgestaltung, Alltagsorganisation und Umweltvermittlung entwickeln Kinder ihr Verhältnis zur Schule bzw. zum Kindergarten, zu Konsum und Arbeit, zu Freizeit, Kultur usw.

1.1 Familienfunktionen: Beziehungsgestaltung, Alltagsorganisation und Umweltvermittlung

Ein erstes Bündel von Fragen bezieht sich darauf, wie aktuelle Programmangebote des Fernsehens in dieses Gefüge von Beziehungen, Alltag und Umwelt möglicherweise eingehen:

„Der Fernsehgebrauch [...] gliedert sich in die Alltagsorganisation der Familie ein, konstituiert sie sogar nicht selten mit. Er hat seine Funktion für das Gesamtsystem Familie, für die verschiedenen Subsysteme und für jedes einzelne Familienmitglied. Mittels Fernsehen werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Familienmitglieder betont, stellt man Nähe her oder grenzt sich von anderen ab. Fernsehen ermöglicht Erfahrungen außerhalb der familialen Grenzen und dient den Eltern zur Normvermittlung.“ (S. 160)

Die Möglichkeitsform des *könnte* ist in diesem Vermittlungszusammenhang ernst zu nehmen. Natürlich lassen sich von Familien bevorzugte Programme identifizieren. Offen bleibt trotzdem, was sich Familienmitglieder aus dem Programm *herausholen*. Medienwissenschaftlich spröde formuliert sind Fernsehprogramme Textangebote, die sozusagen auf der Oberfläche etwas Offensichtliches anbieten. Unter der Oberfläche eines Fernseh-Textes lässt sich jedoch noch vieles finden, das mehr oder weniger nahe liegt, aber auch Angebote, die nur für wenige Zuschauer bedeutsam werden. Über diese Tiefenstruktur eines Fernsehprogramms können Rezipienten in der Regel kaum etwas mitteilen, weil es ihnen sprachlich nur verdeckt verfügbar ist. Es lassen sich medienanalytisch jedoch Vermutungen entwickeln, was in den von Familien präferierten Programmen alles angelegt ist und was davon rezipiert werden könnte.

Aus diesen Überlegungen ergibt sich folgende *Arbeitsfrage*: Was bieten die von einem Familienpublikum bevorzugten Fernsehprogramme für die Vermittlungsaufgabe der Familie, d.h. für Beziehungsgestaltung, Alltagsorganisation und Umweltvermittlung?

1.2 Erziehungsaufgabe Fernsehen: Nutzungsmuster, emotionale und kognitive Verarbeitung

Ein zweites Bündel von Fragen ergibt sich aus den Problemen, die Familien bei ihrem technischen Kommunikationsmitglied Fernsehen entdecken. Sie sind deutlich abhängig von der Familienform, die sich auch an der Zahl der Familienmitglieder und der damit zusammenhängenden Problembelastungen orientiert. Ob Kinder viel sehen, problematische Nutzungsmuster entwickeln, Programme weder kognitiv noch emotional einordnen oder verarbeiten, steht in enger Verbindung mit der Problembelastung einer Familie und der Nähe, die Eltern in ihrem Familiensystem zum Fernsehgebrauch ihrer Kinder entwickeln. Generalisierbar dürfte jedoch folgendes Problembündel sein, das Eltern in Sachen Fernsehgebrauch ihrer Kinder erleben und eventuell auch bedenken: Im Mittelpunkt der Beurteilung von Eltern steht die Menge des Fernsehkonsums der Kinder, die Eltern mit einem *Rezeptionsmuster* ihrer Kinder in Beziehung setzen. (Rezeptionsmuster entsteht aus „Fernsehstil“ wie Switchen und „Fernsehinteressen“). Fernsehmenge und Rezeptionsmuster, das ist das *Nutzungsmuster* von Kindern, verbinden sich in der Problemwahrnehmung von Eltern mit Ängsten, die Fernsehen bei ihren Kindern hervorruft, und ob ihre Kinder die Inhalte verstehen. Bettina Hurrelmann u.a. (S. 98) skizzieren folgendes Problembild:

„Kinder, die relativ häufig und viel fernsehen, entwickeln meist auch ungünstige Nutzungsroutinen, die Muster ihrer Fernsehinteressen wirken entdifferenziert, der Konsum erscheint oft wahllos, die Inhalte nicht mehr altersgemäß. Hinzu kommt oft ein Rezeptionsstil, der durch Ablenkung, mangelnde Aufmerksamkeit und Unkonzentriertheit geprägt ist. Die Inhalte können so häufig nicht verarbeitet werden. [...] Unkonzentriertes Fernsehen bedingt eine zunehmende Entdifferenzierung der Fernsehinteressen (das Zappen etwa dient oftmals nicht der Suche nach ganz spezifischen Sendungen, sondern gleicht einem ‚Schlendern‘ durch das Programm). Und umgekehrt ist kaum noch konzentriertes Zuschauen möglich, wenn alles gleich interessant (oder uninteressant) erscheint. Wahlloses Fernsehen aber erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Kinder auch Ungeeignetes oder zumindest nicht Altersgemäßes sehen: Unverständliches kann zu Ängsten führen, starke emotionale Beteiligung kann zur dominanten Erlebnisform werden und die kognitive Verarbeitung beeinträchtigen.“

Arbeitsfragen: Ist das von einem Familien-Publikum bevorzugte Programm wahllos zusammengesetzt und liefert eine mögliche Wahllosigkeit den Ansatzpunkt für diffuse Nutzungsmuster (Menge, Fernsehstil und Fernsehinteressen)? Was ist in den von einem Familien-Publikum präferierten Programmangeboten *angelegt* und wie können Kinder damit emotional und kognitiv umgehen? Welche Hilfen bräuchten Kinder, um sich nicht zu ängstigen oder überfordert zu sein?

1.3 Methode: Programmpräferenzen fiktiver Familien

Die folgende Diskussion von Fernsehprogrammen, die ein Familien-Publikum bevorzugt, basiert auf den Einschaltquoten der GfK, die in ihrer allgemeinen Form nichts über Nutzungsmuster aussagen. Es lassen sich aus einer Liste der von Familien bevorzugten Fernsehprogramme jedoch Vermutungen über die mögliche emotionale und kognitive Verarbeitung entwickeln. Zu diesem Zweck ist es nötig, eine fiktive Familie zu definieren. Die Programmvorlieben dieser fiktiven Zuschauerfamilien bilden die Basis, um den Beitrag des Fernsehens zur Funktion von Familien in Sachen Beziehungsgestaltung, Alltagsorganisation und Umweltvermittlung zu erörtern.

Zuschauerfamilie

Eine Familie zeichnet sich selbstverständlich durch Kinder aus. Alle Alterskategorien der GfK für zuschauende Kinder (Kindergarten: 3 - 5 Jahre, Grundschul Kinder: 6 - 9 Jahre, ältere Kinder: 10 - 13 Jahre) bilden deshalb die Datenbasis, um eine Zuschauerfamilie zu definieren. Außerdem gehören ein

Publikumsanteil von Zuschauern möglicher älterer Geschwister (Jugendliche, GfK-Kategorie: 14 - 19 Jahre) und natürlich Zuschauer im Alter von Eltern zur fiktiven Familie. Die Elterngeneration entsteht aus zwei Kategorien der GfK: aus den 20- bis 29-Jährigen als den jüngeren Eltern und aus den 30- bis 49-Jährigen als zweiter möglicher Altersgruppe von Eltern. Da Drei-Generationen-Haushalte unüblich sind, bleibt das Publikum im Alter der Großeltern unberücksichtigt.

Definition von Familienprogramm

Der Forschungsweg zum Familienprogramm führt über die Familiensehbeteiligung. Die Sehbeteiligungen der einzelnen Mitgliedsgruppen der fiktiven Familie (Kinder, Jugendliche, Eltern bis 49 Jahre) werden addiert. Dabei besteht die Gefahr, den Erwachsenen rechnerisch zu viel Gewicht zu geben, da diese Gruppe zahlenmäßig und auch von der durchschnittlichen Sehdauer her gesehen Kinder und Jugendliche weit übertrifft. Außerdem leben mehr 20- bis 49-jährige Erwachsene als 3- bis 13-jährige Kinder alleine und verfälschen so das Ergebnis „Familienfernsehen“. Als Übersicht und erste Orientierung für eine qualitative Auswertung ist die Familiensehbeteiligung jedoch ein nützliches Hilfsmittel. Die auf diese Weise entstandene, nach absteigender Sehbeteiligung geordnete Liste wurde von Werbung, Sponsoring und Trailern „befreit“. Von Sendungen, die aufgrund von Werbeunterbrechungen in mehrere Teile aufgespaltet sind, wurde nur der Teil mit der höchsten Sehbeteiligung berücksichtigt (s. Abb.1).

Datenquelle: Die hier verwendeten Daten der Jahre 2000 und 2001 stammen aus den Datenbanken der „Bestandsaufnahmen zum Kinderfernsehen“, einem Kooperationsprojekt der Medienpädagogik der Universität Kassel und des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen beim Bayrischen Rundfunk. Die „Bestandsaufnahmen zum Kinderfernsehen“^{di} ist eine verbundene Programm- und Rezeptionsanalyse auf der Basis einer Stichprobe von drei Tagen (1 Wochentag, Samstag und Sonntag in der Zeit von 6.00 bis 23.00 Uhr) des deutschen Fernsehprogramms der Sender ARD, ZDF, RTL, RTL2, SuperRTL, PRO7, SAT.1 und des gesamten Kinderprogramms von K.I.K.A und den Dritten Programmen der ARD). In einer Datenbank sind die Nutzungsdaten der GfK (Sehbeteiligung und Marktanteil) mit jedem Programmelement verknüpft.

Hits

Wenn im Folgenden mit der Sehbeteiligung der Familien argumentiert wird, so bezieht sich das auf die fiktive Familie. Die Sehbeteiligungen der einzelnen Gruppen von Familienmitgliedern (Kinder, Jugendliche und Eltern) werden zu einer Kennziffer „Familiensehbeteiligung“ addiert. Mit dieser errechneten Sehbeteiligung lassen sich Hitlisten zusammenstellen, die ein mögliches Bild der Nutzungsmuster einer fiktiven Familie zeigen. Dabei werden alle in der Datenbank vorhandenen Programmelemente nach der errechneten *Familiensehbeteiligung* sortiert. Die Liste der Hits fasst die Spitzenpräferenzen des Programmangebotes zusammen.

Nutzungsflächen

Hit-Listen sind punktuelle Verdichtungen von Programminteressen, die keinen Einblick in die zeitliche Dimension der Nutzungsmuster eines Publikums geben. Selbstverständlich sind Programm-Hits in Rezeptionsverläufe einer Publikumsgruppe wie die der Familien eingebunden, über die sich mit der Kategorie der *Nutzungsfläche* Aussagen machen lassen. So wartet eine Familie nicht vor dem ausgeschalteten Fernseher auf den Anfang einer Sendung und schaltet am Ende eines Hits auch nicht sofort ab. Es entstehen vielmehr zeitflächenartige Nutzungsverläufe, die Sendungen, auch Sendungsteile verbinden (Details siehe Punkt 3.1). Diese Art von Familiennutzungsflächen bilden das Umfeld des Spitzenprogramms der Hits.

Aus Platzgründen lassen sich im Folgenden Ergebnisse nur exemplarisch darstellen. Ein ausführlicher Bericht findet sich auf folgenden Websites der „Bestandsaufnahmen zum Kinderfernsehen“:

- www.uni-kassel.de/fb1/mediafb1 (Rubrik: Forschung)
- www.br-online.de/jugend/izi/bestand.htm.

2. Die Bedeutung des Familienprogramms für Alltag und Beziehung

Hitlisten und Nutzungsflächen geben Einblicke in Nutzungsmuster von Familien, die einen Teil der Alltagsorganisation einer Familie bilden. Ein Blick auf die Inhalte der bevorzugten Programmangebote lässt zudem Schlüsse darüber zu, welche Muster in die Beziehungsgestaltung von Familien eingehen.

2.1 Alltagsorganisation – Wann treffen sich Familien zum gemeinsamen Fernsehen?

Was sieht die fiktive Familie am liebsten?

Abbildung 1

Hits des Familienprogramms aus den Stichproben 2000 und 2001							
Sender	Titel	Tag	Datum	Uhrzeit	Dauer	Seh 3-49	
1	PRO7	Deep Impact	So	08.04.2001	22:01:31	00:29:39	6,70
2	RTL	Wer wird Millionär?	So	28.05.2000	19:52:48	00:14:32	5,22
3	RTL	Wer wird Millionär?	Sa	07.04.2001	21:12:11	00:02:42	5,09
4	RTL	Alarm für Cobra 11 - die Autobahnpolizei	Do	05.04.2001	21:45:13	00:18:10	4,74
5	RTL	Wer wird Millionär?	Sa	27.05.2000	19:57:31	00:09:29	4,43
6	RTL	Der verrückte Professor	So	08.04.2001	21:49:05	00:17:01	4,19
7	RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten	Do	05.04.2001	20:12:23	00:01:25	3,84
8	RTL2	Big Brother - Der Talk	So	28.05.2000	21:54:42	00:15:14	3,72
9	RTL	Waterworld	So	28.05.2000	22:36:13	00:14:36	3,70
10	SAT.1	Asterix bei den Briten	Sa	27.05.2000	21:52:49	00:07:45	3,48
11	ARD	Tatort	So	28.05.2000	20:16:28	01:27:04	3,33
12	RTL	Gute Zeiten, schlechte Zeiten	Di	30.05.2000	20:12:22	00:02:35	3,32
13	RTL2	Big Brother	Di	30.05.2000	20:31:48	00:20:57	3,27
14	PRO7	The Game	Sa	27.05.2000	22:06:08	00:21:26	3,26
15	RTL	Medicopter 117 - Jedes Leben Zählt	Di	30.05.2000	21:10:55	00:04:43	3,19
16	ZDF	ZDF Sport extra: Moderation	Di	30.05.2000	22:21:57	00:00:29	3,04
17	RTL2	Big Brother	So	28.05.2000	20:59:24	00:15:41	3,01
18	ZDF	ZDF Sport extra: Fußball EM Vorbereitung	Di	30.05.2000	21:34:57	00:47:00	2,80
19	SAT.1	Der erste Ritter	Sa	07.04.2001	21:08:54	00:37:04	2,77
20	SAT.1	Die Quiz Show	So	08.04.2001	21:40:52	00:22:17	2,58
21	RTL	Notruf	So	08.04.2001	19:55:18	00:12:56	2,55
22	RTL	Im Namen des Gesetzes	Di	30.05.2000	21:15:38	00:03:16	2,47
23	SAT.1	French Kiss	So	28.05.2000	21:49:51	00:31:43	2,47
24	ZDF	ZDF Sport extra: Gewinnspiel	Di	30.05.2000	21:30:08	00:01:22	2,40
25	RTL	Big Brother - die Entscheidung	Sa	07.04.2001	21:15:20	00:10:29	2,39
26	ZDF	Setter	Di	30.05.2000	21:29:05	00:00:39	2,37
27	PRO7	Focus TV	So	08.04.2001	22:35:04	00:22:23	2,33
28	ARD	Lindenstraße	So	08.04.2001	18:41:11	00:28:54	2,30
29	SAT.1	ran - Bundesliga	So	08.04.2001	19:15:54	00:20:03	2,27
30	SAT.1	ran - Bundesliga	Sa	07.04.2001	19:39:20	00:13:28	2,27

Seh 3-49 bedeutet: Sehbeteiligung der 3- bis 49-Jährigen (Familiensehbeteiligung) in Millionen

Quelle: Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen 2000/2001, AGF/GfK PC#TV, Media Control, eigene Berechnungen

In Abbildung 1 finden sich die großen Sender ARD, ZDF, PRO7, RTL, RTL2 und SAT.1, wobei RTL der Favorit der Familien ist. Neben kleinen Zwischenelementen wie dem Wetterbericht finden sich große Kinofilme, Krimis und Shows. Diese Sendungen bilden den Kern des Familienfernsehens.

Mit Hilfe der Liste können erste Aussagen über die zeitlichen Nutzungsschwerpunkte und auch die präferierten Sender gemacht werden.

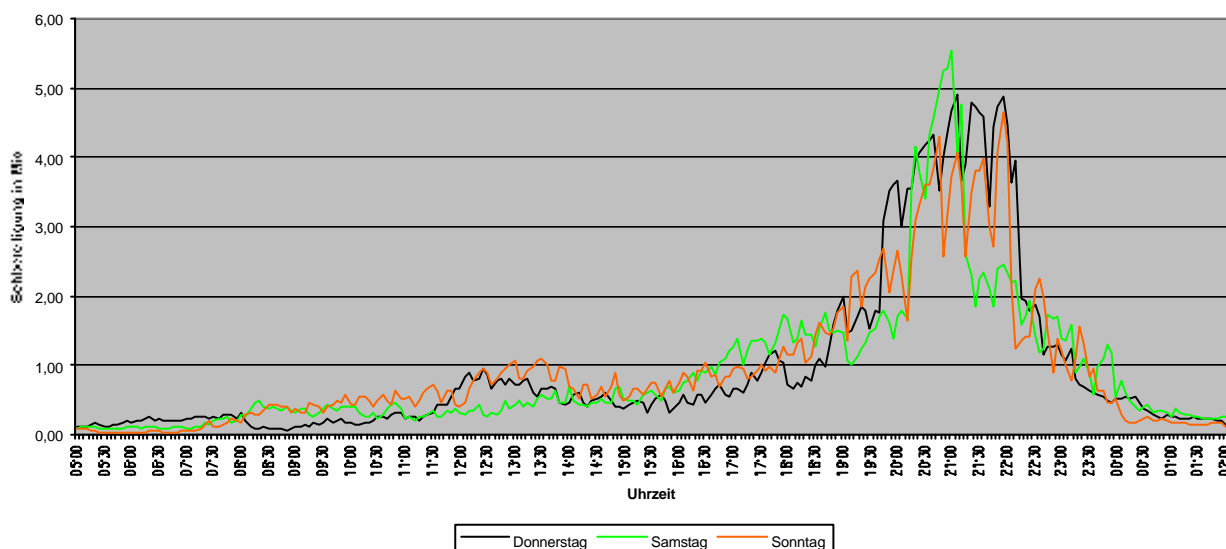
Die Prime-Time ist der Nutzungsschwerpunkt

Aus der Liste geht schon eine deutliche zeitliche Schwerpunktsetzung hervor: Die Prime-Time zwischen 19.00 und 22.30 Uhr ist an allen drei Tagen die am stärksten genutzte Zeit. Bei genauerer Betrachtung des Umfelds des Kerns (siehe Punkt 3.1: Nutzungsflächen) fällt jedoch auf, dass am Donnerstag und am Sonntag über den ganzen Tag verteilt auch kleinere Nutzungsflächen liegen. An allen Tagen kumulieren die Sehbeteiligungsspitzen jedoch deutlich in den Abendstunden.

Der Familiensender RTL

Besonders prägnant lässt sich der Nutzungsschwerpunkt Prime-Time beim *Familiensender* RTL erkennen. RTL ist bei den Hits am häufigsten vertreten und hat die meisten Familiennutzungsflächen. Hier zeigt sich auch, dass es keine großen Unterschiede bezüglich der Wochentage in der Nutzung

Abbildung 2 Vergleich der Sehbeteiligungen der Familien über die Stichprobentage bei RTL



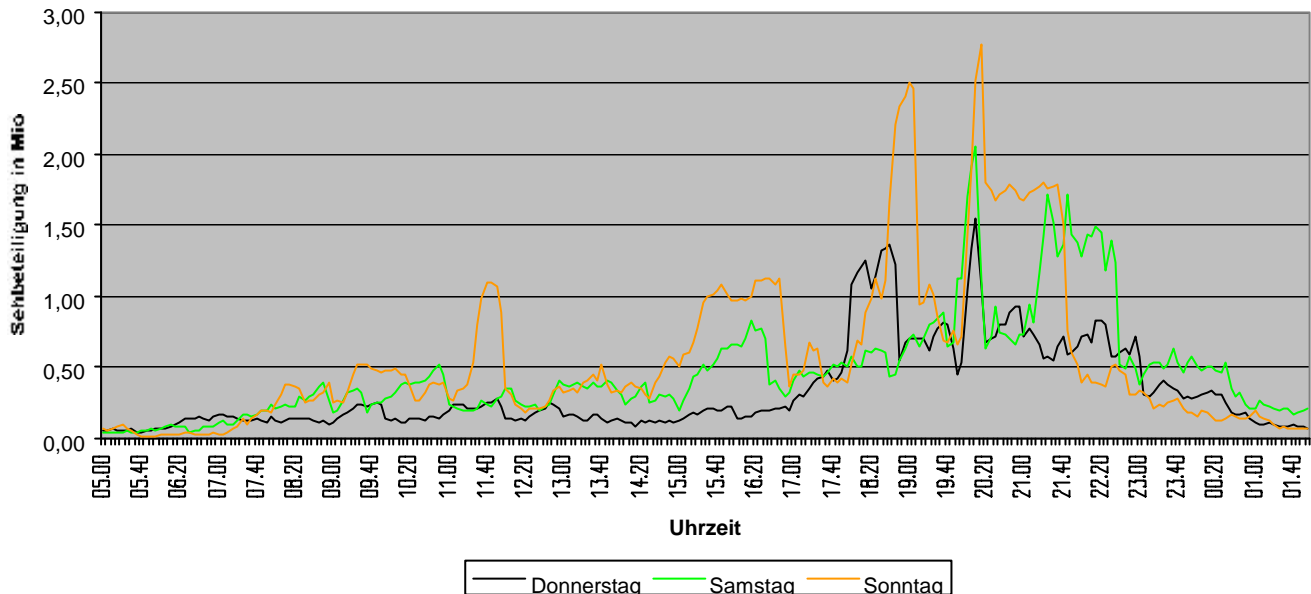
der späteren Programmelemente gibt (s. Abb. 2).

Die anderen privaten Sender weisen eine ähnliche zeitliche Nutzungsverteilung auf. Eine Ausnahme bildet SuperRTL, der sich auch aus der Nutzungsperspektive als kinderorientierter Familiensender zeigt. Hier bestimmen die Kinder das Familienprogramm, da wenige Erwachsene mit ihren Kindern SuperRTL nutzen.

Das etwas andere Nutzungsschema bei der ARD

Bei den öffentlich-rechtlichen Programmen bietet sich ein etwas anderes Bild. Am Beispiel der ARD zeigt sich eine größere Ausdifferenzierung (s. Abb.3).

Abbildung 3 Vergleich der Sehbeteiligungen der Familien über die Stichprobentage bei der ARD



Es ist auch hier eine stärkere Nutzung des Sonntags erkennbar, der sich in der Nutzungsverteilung stark von Wochentagen unterscheidet. Auffallend ist die deutliche Ausdifferenzierung der Sehbeteiligungsspitzen am Sonntag, an dem sich größere und kleinere Nutzungsschwerpunkte (*Peaks*) über den ganzen Tag verteilen. Beim Vergleich mit den Sehbeteiligungen der Kinder lassen sich einige Peaks identifizieren, die Kinderprogramm (z.B. *Die Sendung mit der Maus*) und Familien gemeinsam haben.

Der erste Samstags-Peak entsteht aus der Kinderfläche bei der ARD mit *Siebenstein, 1,2 oder 3, Biene Maja* und *Tabaluga TV*. Diese Peaks finden sich natürlich auch im Diagramm der Familien wieder (wenn auch nur mit wenig Bedeutung im Vergleich zu den Sehbeteiligungen während der Hauptsehzeiten der Erwachsenen). Der erste große Peak bei den Familien am Sonntag ist *Die Sendung mit der Maus*, ein Klassiker, den Eltern und Kinder zusammen sehen.

Fazit

Familien sehen vor allem in der Prime-Time zusammen fern. Dabei nutzen sie hauptsächlich Angebote des Senders RTL. Bei der Nutzung der späten Programmangebote (nach 22.00 Uhr) unterscheiden sich Wochentage und Wochenende nicht sehr. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern (hier am Beispiel ARD) gibt es deutliche Unterschiede der Familiennutzung zwischen den verschiedenen Tagen.

Die Eltern sehen sich mit ihren Kindern auch Kinderprogramme an. *Die Sendung mit der Maus* ist dafür das bekannteste Beispiel.

2.2 Was wählen Familien aus dem Fernsehprogramm?

Ist das bevorzugte Programm wahllos zusammengesetzt?

Familien nehmen die zeitliche Strukturierung ihres Fernsehkonsums recht bewusst vor. Das zeigt die Einbindung des Fernsehens in die Alltagsorganisation der Familien. Aber wie verhält es sich mit den Inhalten? Greifen sich Familien beliebig Sendungen heraus oder gibt es inhaltliche Präferenzen?

In den Hits des Familienprogramms (Abbildung 1) finden sich Kinofilme (*Deep Impact*, *Der verrückte Professor*, *Waterworld*, *Asterix bei den Briten*, *The Game*, *Der erste Ritter*, *French Kiss*), Soaps (*Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Big Brother - Der Talk*, *Big Brother*, *Big Brother - die Entscheidung*, *Lindenstraße*), Sportsendungen (*ZDF Sport extra: Moderation*, *ZDF Sport extra: Fußball EM Vorbereitung*, *ZDF Sport extra: Gewinnspiel, ran - Sat.1-Bundesliga*), Serien (*Alarm für Cobra 11 - die Autobahnpolizei*, *Tatort*, *Medicopter 117 - Jedes Leben zählt*, *Im Namen des Gesetzes*) und Rate-Shows (*Wer wird Millionär?*, *Die Quiz Show*).

Während der Stichprobe 2000 war alles um das damals neue Format *Big Brother* hoch aktuell und sorgte für Schlagzeilen, was für die Stichprobe 2001 nicht mehr zutrifft. Trotzdem finden sich auch in der Stichprobe von 2001 noch einige Elemente dieses Medienarrangements, wenn auch nicht im Kern des Familienprogramms, so doch in dessen Umfeld, also in den Nutzungsflächen.

Wie sich aus der Aufzählung schon erkennen lässt, haben Familien bei dem gemeinsam gesehenen Programm deutliche Präferenzen.

Kinofilme, Krimiserien, Soaps, Rate-Shows und Sport stehen bei Familien hoch im Kurs

Von den ca. 14% Zeichentricksendungen der 2000er Stichprobe (ohne Werbung, Trailer und Sponsoring) findet sich nur der Kinofilm *Asterix bei den Briten* in den Hits. Dagegen sind Kinofilme ein zentraler Bestandteil des Familienprogramms, insbesondere des Familienprogramms, das die ganze Familie gemeinsam anschaut. Zu diesem Programm gehören als fester Bestandteil auch die Rate-Shows, die überdurchschnittlich gerne gesehen werden. Während sich Frauen in Familien eher für die Soaps interessieren, schauen Väter eher Sport mit ihren Kindern. Spannende Serien wie *Medicopter 117* und *Alarm für Cobra 11* gehören wieder zum Gesamtfamilienprogramm.

Interessanterweise finden sich weder Nachrichtensendungen (die immerhin ca. 10% der Programmelemente der 2000er Stichprobe, ohne Werbung, Trailer und Sponsoring, ausmachen) noch Talk-Shows, Musiksendungen oder Comedies im Kern des Familienprogramms. Auch Reality-TV, ein Angebot, das Kinder eher überfordert, steht nur am Rande.

Fazit

Väter schauen mit der Familie Sport, die Mütter Soaps. Alle zusammen sehen am liebsten Kinofilme, Krimi-Serien und Rate-Shows.

2.3 Was bekommt die Familie in Sachen Familienbeziehung angeboten, wenn sie sich vor dem Fernseher versammelt?

Betrachtet man in Abbildung 1 die von Familien bevorzugten Programme, so sieht man, dass sich Familien vorrangig in der Zeit zwischen 19.00 und 22.30 Uhr vor dem Fernseher versammeln. Zu dieser Zeit läuft kein Kinderprogramm mehr. Dagegen finden sich Spielfilme (*Waterworld*, *Deep Impact*, *The Game*...), Rate-Shows (*Wer wird Millionär?*), Serien (*Alarm für Cobra 11 – Die Autobahnpolizei*, *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Medicopter 117 – Jedes Leben zählt*, *Lindenstraße*, ...), Real-Soaps (*Big Brother*), Reality-Sendungen (*Notruf*, *Die dümmsten Verbrecher der Welt*), Nachrichten (*Tagesschau*, *heute-journal*), Sportsendungen (*ZDF-Sport extra: FB EM Vorbereitung*, *ran – Sat.1 Bundesliga*), Magazine (*Focus TV*, *Explosiv – Das Magazin* und der Sonntags-Krimi (*Tatort*)).

Zuschauer wählen diese Programme vermutlich nach ihrer Befindlichkeit oder aufgrund einer speziellen Motivation. Natürlich finden auch Zuschauer mit diffusem Nutzungsmuster (die gelangweilt oder ziellos durchs Fernsehprogramm zappen) zu diesen Programmen, bei denen sie dann verweilen. Unterhaltungs- und Familienserien sehen bevorzugt Mütter, während bei Vätern

Sport- und Wissenschaftssendungen sowie Actionfilme zu den Favoriten gehören. Kinder orientieren sich in der Prime-Time an den Vorlieben der Erwachsenen.

2.3.1 Motivationen zur Programmauswahl

Was bedeuten diese quantitativ gewonnenen Ergebnisse in der Erlebnisperspektive von Familienmitgliedern? Dazu Ergebnisse des qualitativen Teils der Studie von Bettina Hurrelmann u.a. (1996, S. 163 ff.):

Es ist 20.15 Uhr. Gerade läuft der Abspann der Nachrichten, Vater und Mutter kommentieren noch den letzten Bericht aus der Politik, Tochter und Sohn machen es sich auf dem Sofa neben Mama und Papa bequem. Da wird er auch schon angekündigt, der Sonntagabend-Film. Die beschriebene Situation findet sich in unterschiedlicher Konstellation in vielen Familien. Familie trifft sich beim Fernsehen, um gemütlich miteinander das Wochenende ausklingen zu lassen. An diese soziale wie mediale Situation binden Vater, Mutter, Kinder unterschiedliche Motive und Ziele. Für den einen geht es um Entspannung, für den anderen um Gemeinsamkeit und Harmonie. Fernsehen schafft jedoch einen Rahmen gemeinsamen Erlebens aller Familienmitglieder. So mag es für die Tochter vielleicht nicht unbedingt der letzte Fehlpass von Oliver Kahn sein, der ihre Emotionen zum Kochen bringt, dennoch lässt das Gefühl, mit dem Vater etwas teilen zu können, die *Sportschau* zur sehenswerten Sendung werden.

Neben einer motivationsgeleiteten Auswahl von Programmen gibt es eine erziehungsorientierte, die Eltern gezielt vornehmen. So werden Programme wie z.B. *Wer wird Millionär?*, *Explosiv – Das Magazin* oder *Notruf* zusammen gesehen, weil sie Kindern ein bestimmtes Wissen von der Umwelt vermitteln sollen.

» XY, dat ha'm wir bewusst mit den Kindern geguckt, damit se wirklich auch die Gefahr mal sehen [...] wie et in Wirklichkeit is' [...] auch scho' mal abends *Explosiv*-Sendungen [...] manchmal jagt man den Kindern vielleicht zuviel Angst ein, aber ich denke, besser se laufen zu schnell fort als wie dat se zutraulich sin' und geh'n mit jedem mit« (Fallbeispiel 129, Hurrelmann u.a., S. 239).

»So ist Julia in ihrem Fernsehverhalten in erster Linie den Erziehungsabsichten ihrer Mutter unterworfen. Zum Beispiel nimmt sie eine Episode aus *Notruf*, „wo Kinder halt so was gemacht haben [...] Das find ich nicht so gut“, zum Anlass, eine vergleichbare, selbst erlebte Geschichte zu erzählen. Indem sie solche Sendungen auf ihr eigenes Handeln bezieht, gibt sie zu verstehen, dass die Erziehungsintentionen der Mutter bei ihr angekommen sind« (Hurrelmann u.a., S. 198).

Eltern nutzen Quiz-Shows sowohl zur Belehrung ihrer Kinder als auch als eine Art Gesellschaftsspiel. Sie sitzen gemeinsam beieinander und beantworten zusammen mit dem Kandidaten die von Günther Jauch bei *Wer wird Millionär?* gestellten Fragen. Diese Sendung kommt dem Spiel „Trivial-Pursuit“ recht nahe. Sie verbindet ein Spannungsgefühl (beantwortet der Kandidat die Frage richtig und nähert er sich stufenweise der Million?) mit dem Gefühl der persönlichen Teilnahme, durch die Möglichkeit, mitraten zu können.

Gespräche über Fernsehinhalte vermitteln häufig ein Gefühl der Gemeinsamkeit. So erklärt eine Mutter:

„Ja, gerade bei *Lindenstraße*, das ist eigentlich so was, wo man häufig, was weiß ich, sei es mal Drogenprobleme oder ... Missbrauch oder ... ach, die haben ja alles schon ... wo man wirklich auch einfach darüber reden kann“ (Hurrelmann u.a., S. 168).

Wenn in der *Lindenstraße* der alleinerziehende Vater mit der Erziehung seiner beiden Töchter überfordert ist, dann ist dies sicher auch ein Thema, das vielen Familienmitgliedern vertraut ist und als Aufhänger für ein Gespräch dienen kann. Generell ist die *Lindenstraße* mit ihren Darstellern, der

Umgebung und dem, was passiert, sehr dicht am Alltagserleben von Zuschauern. Sie finden sich hier wieder und suchen nach Problemlösungsstrategien für ihren Alltag oder sie nutzen das Gesehene, um eigene Themen anzusprechen.

2.3.2 Thema Familienbeziehung

Familienprogramm entsteht dennoch nicht nur durch die gemeinsame Rezeption, die wiederum Teil der Beziehungsgestaltung der Familie ist. Programme bieten als gemeinsames Thema Familienbeziehung, manchmal direkt, oft mehr oder weniger verschlüsselt.

In den Stichproben der „Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen“ aus den Jahren 2000 und 2001 waren es neben Rate-Shows wie *Wer wird Millionär?* insbesondere die Sonntagabend-Filme, die sich einer großen Sehbeteiligung erfreuten und von denen sich einige auch inhaltlich auf das Thema Familie bezogen. Eltern wählen häufig diese Programme (vgl. Hurrelmann u.a., S. 70) - meist relativ unbedarft und ohne die kindliche Perspektive mitzubedenken.

Die im Folgenden beschriebenen Sendungen stehen exemplarisch für die Liste der von Familien bevorzugten Programme. Bei den fiktionalen Programmen sind *Waterworld* und *Deep Impact* die Film-Highlights am Sonntagabend in der Programmstichprobe 2000 und 2001. Die nicht-fiktionalen, pseudorealen Programme *Notruf* und *Big Brother* sowie *Wer wird Millionär?* werden hier aufgrund ihrer besonderen Beliebtheit bei Familien und der öffentlichen Aufmerksamkeit knapp diskutiert.

Fiktionale Programme: Kinder sehen brüchige Familienbeziehungen, dürfen jedoch das entlastende Happy End nicht mehr anschauen

Waterworld (RTL, Sonntag, 28. 05. 2000, 20.15 Uhr)

Waterworld ist ein Endzeit-Film, der den Zuschauer gleich mit dem ersten Satz mit einer Weltuntergangsstimmung konfrontiert: „Ein neuer Anfang oder die totale Vernichtung“. In Form einer Berichterstattung wird in die Situation eingeführt:

„Zukunft. Die Kontinente der Welt sind abgetaucht. ... Die wenigen, die überlebt haben, schufen sich eine neue Welt – *Waterworld*.“ Während sich die guten Protagonisten nach einem normalen Leben zurücksehnen und Kraft sowie Energie verwenden, um „Dry-Land“ zu finden, geht es den bösen Protagonisten („Smokern“ und „Slavern“) darum, „Dry-Land“ zu finden, um es zu beherrschen. Der einzige, der sich den bösen „Smokern“ und „Slavern“ nicht unterwirft und der es wagt, sie zu bekämpfen, ist ein „Mutant“, ein Mensch mit Kiemen. Im Mittelpunkt der Geschichte steht ein kleines Mädchen, auf dessen Rücken sich als Tattoo eine Landkarte befindet, die verschlüsselt den Weg nach „Dry-Land“, dem Ziel aller Menschen, weist. Dieses Mädchen hat unter den „*Waterworld*“-Bewohnern eine Vertraute gefunden, die die Mutterrolle übernimmt und sie beschützt. Dieser Ziehmutter gelingt es bei einem Angriff der „Smoker“, den Mutanten dafür zu gewinnen, das Mädchen und sie auf seinem Schiff aufzunehmen und zu retten. Hier entsteht recht deutlich eine Familie, deren Zusammenwachsen jedoch sehr konfliktreich verläuft, was der Film mit großer Brutalität zeigt. So malt das Mädchen unerlaubterweise auf dem Schiff und wird dafür vom Mutanten, seinem Ziehvater, zunächst ausgeschimpft und dann brutal ins Wasser geworfen. Die Ziehmutter rettet es jedoch. Immer wieder verteidigt sie das Mädchen als ihr Kind und versucht dem Mutanten zu erklären, dass ein Kind die von ihm als Ziehvater gesetzten Regeln noch nicht kennen kann. Er befiehlt ihr daraufhin, sie dem Mädchen beizubringen. Kurz bevor die drei Protagonisten „Dry-Land“ erreichen, haben Ziehvater, Ziehmutter und Mädchen zur Familie zusammengefunden. Nach der Auflösung der inneren Bedrohung muss sich die neue Familie bei einer Bedrohung von außen behaupten. Die „Smoker“ entern das Schiff des Mutanten und entführen das Mädchen. Obwohl die „Smoker“ drohen, dem Mädchen die Tätowierung aus dem Rücken zu schneiden und seine Haut in einen Rahmen zu spannen, lässt es sich nicht einschüchtern, weil es sich seiner Rettung durch den Mutanten sicher ist. Natürlich wird das Mädchen gerettet und zusammen mit einigen *Waterworld*-Bewohnern nach „Dry-Land“ gebracht. Der „Mutant“ entscheidet sich jedoch gegen das traute Glück auf „Dry-Land“ - ein Entschluss, der vom Mädchen zunächst enttäuscht, aber letztlich mit Verständnis akzeptiert wird: „Er hat kein Zuhause, er braucht für niemanden zu sorgen.“

Das Gelingen einer den Film über gefährdeten und bedrohlichen Familienbeziehung haben alle die Kinder, die aufgrund des bevorstehenden Schultages früher ins Bett mussten, nicht gesehen. Damit konnten sie auch nicht das harmonische Ende dieser turbulenten Familiengeschichte erleben, die der Abenteuergeschichte unterlegt ist. Obwohl die Filmfigur des Mutanten und dessen Lebensgefährtin nicht die natürlichen Eltern des Mädchens sind, geht es doch deutlich um die bedrohlichen Konflikte, die entstehen, wenn Mann, Frau und Kind zur Lebensgemeinschaft einer Familie zusammenwachsen - ein Prozess, der sich im Film in Aktionen und in Kommunikation entwickelt, die jedoch sehr brutal inszeniert sind.

Deep Impact (PRO7, Sonntag, 08. 04. 2001, 20.15 Uhr)

Ein weiterer Film der Hitliste, der in der Geschichte eingeflochten das Thema Familienbeziehungen behandelt, ist *Deep Impact*.

Auf der Oberfläche der Filmdarstellung ist *Deep Impact* ein Katastrophenfilm, der zeigt, wie sich die USA auf den Aufprall eines Kometen vorbereiten, nachdem dieser nicht mit technischen Mitteln in eine andere Laufbahn gezwungen werden kann. Familienbeziehungen werden auf mehreren Ebenen dargestellt. Zum einen gibt es eine Reporterin, die für eine aktuelle Berichterstattung der Abwehraktionen der NASA zuständig ist. Sie ist die Vertrauensperson ihrer Mutter, einer emotional gebrochenen Frau, deren Mann sie wegen einer jüngeren Frau verlassen hat. Die sonst im Beruf durchsetzungsfähige und starke Frau wird im Zusammenhang dieses Familiendramas wieder zum kleinen Mädchen, das seinen Vater bittet, wieder zur Mutter zurückzukehren. Als der Vater diesem Wunsch nicht nachkommt, verlässt sie wutentbrannt den Raum. Es kommt erst wieder zur Aussprache und Versöhnung, als das dramatische Ende naht - in Form einer gigantischen hohen Flutwelle am Strand.

Weiterer Protagonist ist ein Junge, der den Kometen entdeckt und der NASA davon berichtet hat. Dieser Junge tritt in unterschiedlichen Beziehungskonstellationen auf. Zum einen agiert er in seiner Familie, die gemeinsam in die „Arche“, ein unterirdisches Bunkersystem, aufgenommen werden soll. Zum anderen ist da seine Freundin mit ihrer Familie, der dieses Glück verwehrt bleibt. Die Rede des US-Präsidenten, in der erklärt wird, es bekomme nur ein kleiner Teil der Bevölkerung Einlass zur „Arche“, ist im Fernsehen zu sehen. Hier sehen die Zuschauer im Fernsehen eine typische Familiensituation vor dem Fernseher: Händchen haltende Teens, die kleine Tochter auf dem Schoß der Mutter, der Vater im Sessel. Um seine Freundin nicht zu verlieren, entscheidet der Junge, sie zu heiraten und so zum Familienmitglied zu machen. Die Entscheidung zwischen alter und neuer Familie ist tragisch, weil die eigene Mutter der geretteten Freundin, obwohl schwanger, schutzlos zurück bleiben muss. Als der Junge, kurz bevor er die „Arche“ betritt, von diesem Dilemma erfährt, kehrt er mit einem Motorrad durch die Massen fliehender Menschen zurück und überzeugt seine junge Frau, das Neugeborene ihrer Mutter in die rettende „Arche“ mitzunehmen.

*Nicht-fiktionale Programme:*ⁱⁱⁱ *Auch gefühlsorientierte nicht-fiktionale Programme thematisieren Familie*

Neben diesen Spielfilmen, finden Familien inhaltlich auch vieles in nicht-fiktionalen Programmen wie *Notruf* oder *Big Brother*:

Notruf ist eine Sendung, die von tragischen Unfällen realer Personen und ihrer Rettung in letzter Sekunde berichtet. Hier spielen Familienmitglieder eine besondere Rolle, da sie neben Fachleuten (Ärzten und Feuerwehrleuten) den Hergang des Unfalls und der Rettung schildern und dabei auch immer wieder ihre Angst, den geliebten Menschen zu verlieren, zum Ausdruck bringen. Die einzelnen Schritte, vom Finden des Opfers bis zu seiner Rettung, werden in nachgestellten Szenen beschrieben. Häufig lobt das Rettungspersonal den Einsatz eines Familienmitglieds, weil ohne dessen verantwortungsvolles Verhalten das Opfer wahrscheinlich nicht überlebt hätte. Hier erscheinen Brüche im Alltagsleben einer Familie auf dem Bildschirm, die einzelne Familienmitglieder durch ihren rettende Einsatz zum Guten wenden.

Bei *Big Brother* finden sich zunächst fremde junge Leute in einem Container zusammen, um dort über einen längeren Zeitraum hinweg zusammen zu leben. Dies ähnelt in gewisser Weise einer familienähnlichen Situation, da sich nach einer bestimmten Zeit unterschiedliche Rollen herausbilden, die denen einer Familie nahe kommen. Die Rezeption dieser Sendung ähnelt dem Blick durchs Schlüsselloch oder dem Ohr an der Wand, mit der

Möglichkeit, vertraulichen und intimen Gesprächen beizuwohnen. Vor der Kamera spielt sich normaler Alltag mit seinen Höhen und Tiefen ab. Zudem diskutieren die Bewohner Themen wie Treue oder homosexuelle Beziehungen, die Familien aufnehmen und weiterführen können. Insofern bietet „Big Brother“ unterschiedliche Angebote in Sachen Zusammenleben, sozialer Einstellungen und gesellschaftlicher Themen, die auch für Familien und deren Alltags- bzw. Beziehungsgestaltung relevant sind.

Die beschriebenen Sendungen beinhalten also Familienthemen, die jedoch in einem für Kinder eher ängstigen und belastenden Kontext erscheinen. Dabei trägt die realistische Darstellungsform dieses Genres vermutlich zur emotionalen Belastung bei.

3. Fernsehen als Erziehungsaufgabe einer Familie

3.1 Lassen sich bei den Familien bestimmte Nutzungsmuster erkennen und identifizieren?

Diese Frage lässt sich mit Hilfe von Nutzungsflächen bearbeiten. Die Hits der Familie bilden quasi den Kern des Familienfernsehens. Um diesen Kern herum befindet sich ein von Familien genutztes Fernsehfeld, da sich Familien nicht trennscharf zu einer einzelnen Sendung vor dem Bildschirm treffen. Wenn ein größeres Familienpublikum in gleicher Weise für sich Programmzusammenhänge definiert, entstehen Nutzungsflächen.

Methoden zur Bestimmung der Familiennutzungsflächen

Da das Familienpublikum durch Nutzungsschwerpunkte familientypischer Altersgruppen rechnerisch konstruiert wird, ergibt sich aus der Schnittmenge der Nutzungsflächen der einzelnen Altersgruppen die Diskussionsbasis für das Phänomen Familienfernsehen. Eine Nutzungsfläche ist dann gegeben, wenn sich die Familienmitglieder über mindestens 20 Minuten auf einen gemeinsamen Programmablauf festlegen. Die jeweilige Rahmengröße der Sehbeteiligung ist im Verhältnis zum Maximalwert der Altersgruppe definiert. (Die minimale Sehbeteiligung einer Altersgruppe zur Definition der Nutzungsflächen wird auf rund 10% der maximalen Sehbeteiligung der Altersgruppe innerhalb der gesamten Stichprobe festgelegt.) Familiennutzungsflächen sind Programmeinheiten, die gleichzeitig mindestens 100.000 Kinder (3 - 13 Jahre), 50.000 Jugendliche (14 - 19 Jahre), 100.000 Twens und 300.000 Erwachsene (30 - 49 Jahre) für mindestens 20 Minuten sehen.

Hier lassen sich nur exemplarisch einige Nutzungsflächen diskutieren, weitere sind auf der Website des Projekts „Bestandsaufnahmen zum Kinderfernsehen“ zu finden:

Beispiele für Familiennutzungsflächen

Abbildung 4

ARD am Sonntag (28. 05. 2000)

Uhrzeit	Programmelement
19:11:44	Weltspiegel
19:51:11	Sportschau-Telegramm
19:59:55	Tagesschau
20:16:28	Tatort

Eine der Familiennutzungsflächen der ARD liegt zwischen 20.05 und 21.45 Uhr. Der markierte Teil zeigt, welche Programmelemente die Familien hintereinander angesehen haben.

21:44:47 Sabine Christiansen

22:47:08 Kulturreport

Quelle: Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen 2000, AGF/GfK PC#TV, Media Control, eigene Berechnungen (Fünf-Minuten-Pausen wurden ignoriert)

Abbildung 5

RTL am Donnerstag (05. 04. 2001)

Uhrzeit	Programmelement
18:18:10	Guten Abend RTL Teil 3 (n)
18:28:02	Guten Abend RTL Teil 4 (n)
18:30:09	Exklusiv - Das Star-Magazin
18:45:00	RTL aktuell
19:09:47	Explosiv - Das Magazin Teil 1
19:34:47	Explosiv - Das Magazin Teil 2
19:38:28	Gute Zeiten, schlechte Zeiten Teil 1
19:44:02	Gute Zeiten, schlechte Zeiten Teil 2
20:12:23	Gute Zeiten, schlechte Zeiten Teil 3
20:14:58	Alarm für Cobra 11 - die Autobahnpolizei Teil 1
20:51:07	Alarm für Cobra 11 - die Autobahnpolizei Teil 2
21:18:37	Alarm für Cobra 11 - die Autobahnpolizei Teil 3
21:45:13	Alarm für Cobra 11 - die Autobahnpolizei Teil 4
22:15:48	Die Wache Teil 1
22:46:06	Die Wache Teil 2
23:09:29	Die Wache Teil 3
23:16:09	C-16: Spezialeinheit FBI Teil 1

Eine Familiennutzungsfläche von RTL liegt zwischen 18.50 und 22.25 Uhr. Der markierte Teil zeigt, welche Programmelemente die Familien hintereinander angesehen haben.

Quelle: Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen 2001, AGF/GfK PC#TV, Media Control, eigene Berechnungen (Fünf-Minuten-Pausen wurden ignoriert)

Abbildung 6

SAT.1 am Samstag (07. 04. 2001)

Uhrzeit	Programmelement
17:30:29	SAT.1 Nachrichten
17:52:31	SAT.1 Wetter
17:58:56	ran - Basketball Teil 1
18:14:18	ran - Basketball Teil 2
18:28:53	ran - Bundesliga Teil 1
18:35:44	ran - Bundesliga Teil 2
18:37:51	ran - Bundesliga Teil 3
18:53:06	ran - Bundesliga Teil 4
19:00:14	ran - Bundesliga Teil 5
19:08:34	ran - Bundesliga Teil 6
19:16:34	ran - Bundesliga Teil 7
19:27:32	ran - Bundesliga Teil 8
19:39:20	ran - Bundesliga Teil 9
19:52:52	ran - Bundesliga Teil 10
19:59:54	ran - Sport
20:14:13	Der erste Ritter Teil 1
20:36:39	Der erste Ritter Teil 2
21:08:54	Der erste Ritter Teil 3
21:54:43	Der erste Ritter Teil 4
22:24:20	Der erste Ritter Teil 5
22:51:49	Die Wochenshow Teil 1
23:14:41	Die Wochenshow Teil 2
23:43:11	Die Wochenshow Teil 3
23:53:23	Die Wochenshow - Classics Teil 1

Eine der Familiennutzungsflächen von SAT.1 liegt zwischen 18.35 und 23.30 Uhr. Der markierte Teil zeigt, welche Programmelemente die Familien hintereinander angesehen haben.

Quelle: Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen 2001, AGF/GfK PC#TV, Media Control, eigene Berechnungen (Fünf-Minuten-Pausen wurden ignoriert)

Abbildung 7

RTL am Samstag (07. 04. 2001)

Uhrzeit	Programmelement
18:45:00	RTL aktuell – Weekend
19:09:10	Explosiv - Weekend Teil 1
19:16:32	Explosiv - Weekend Teil 2
19:59:49	Explosiv - Weekend Teil 3
20:14:52	Wer wird Millionär? Teil 1
20:35:07	Wer wird Millionär? Teil 2
21:12:11	Wer wird Millionär? Teil 3
21:15:20	Big Brother - die Entscheidung Teil 1
21:27:39	Big Brother - die Entscheidung Teil 2
21:49:20	Big Brother – die Entscheidung Teil 3
22:19:14	Big Brother - die Entscheidung Teil 4
22:42:51	Big Brother - die Entscheidung Teil 5
23:06:16	Big Brother - die Entscheidung Teil 6

Eine weitere Familiennutzungsfläche von RTL liegt zwischen 19.30 und 23.15 Uhr. Der markierte Teil zeigt, welche Programmelemente die Familien hintereinander angesehen haben.

23:15:10 Live ertappt! Die witzigsten Überwachungsvideos Teil 1

23:38:23 Live ertappt! Die witzigsten Überwachungsvideos Teil 2

00:00:31 RTL aktuell – Weekend

Quelle: Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen 2001, AGF/GfK PC#TV, Media Control, eigene Berechnungen (Fünf-Minuten-Pausen wurden ignoriert)

Diese Auswahl aus mehreren Dutzend längerer und kürzerer Familiennutzungsflächen innerhalb der Stichproben zeigt den Zusammenhang, in den einzelne Sendungen eingebettet sind.

Von den Sendern angebotene „Flächen“, wie *Sabrina - Total verhext*, *Charmed - zauberhafte Hexen* und *Buffy - Im Bann der Dämonen* (s. Szenenfotos), für die in Trailern gemeinsam geworben wird, nehmen Familien auch als zusammengehörig an. Aber auch traditionelle Formen der Nutzungsmuster finden sich hier wieder („Nach der *Tagesschau* kommt *Tatort*“).



Sabrina – Total verhext,



Charmed – zauberhafte Hexen *Buffy - Im Bann der Dämonen*
und

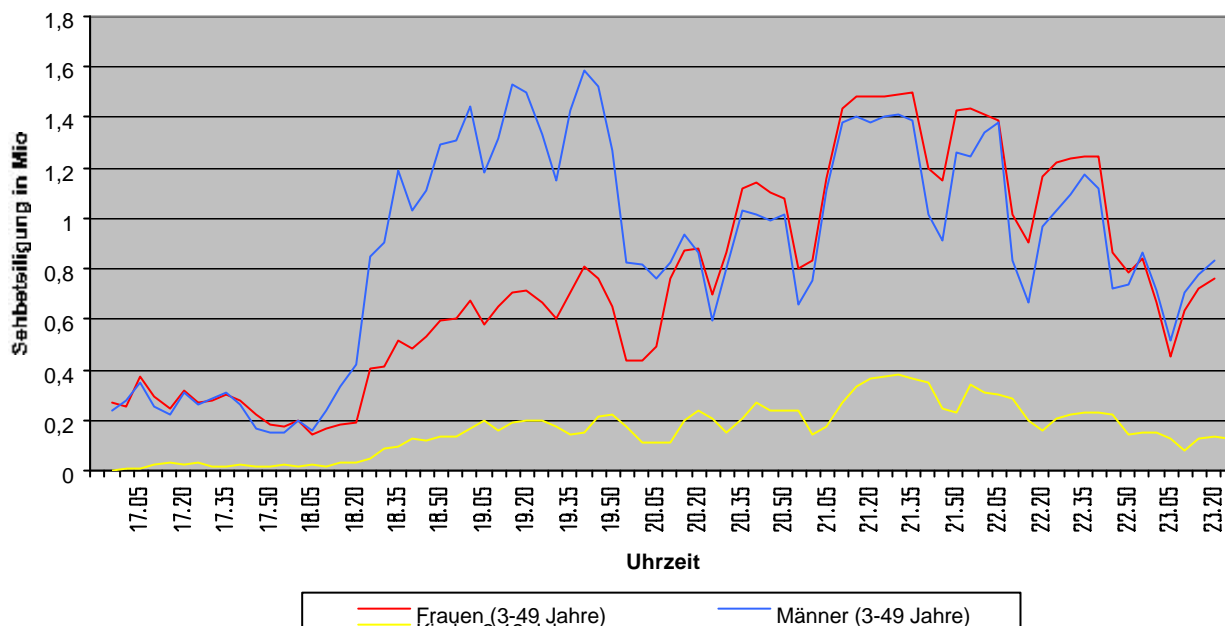
***Ein Familienmitglied bestimmt, was gesehen wird, die anderen schauen mit***

Im Familienprogramm gibt es natürlich Sendungen, die die weiblichen Familienmitglieder bevorzugen und die die männlichen eher nur mit-sehen (*Gute Zeiten, schlechte Zeiten*) und auch solche, die eher die Väter mit der Familie sehen (*ran*).

Beispiel: Männer schauen Sport, die ganze Familie den Kinofilm

Typisch dafür ist die samstägliche Nutzungsfläche von Sat.1, in der *ran* liegt (s. Abb. 7 u. 8).

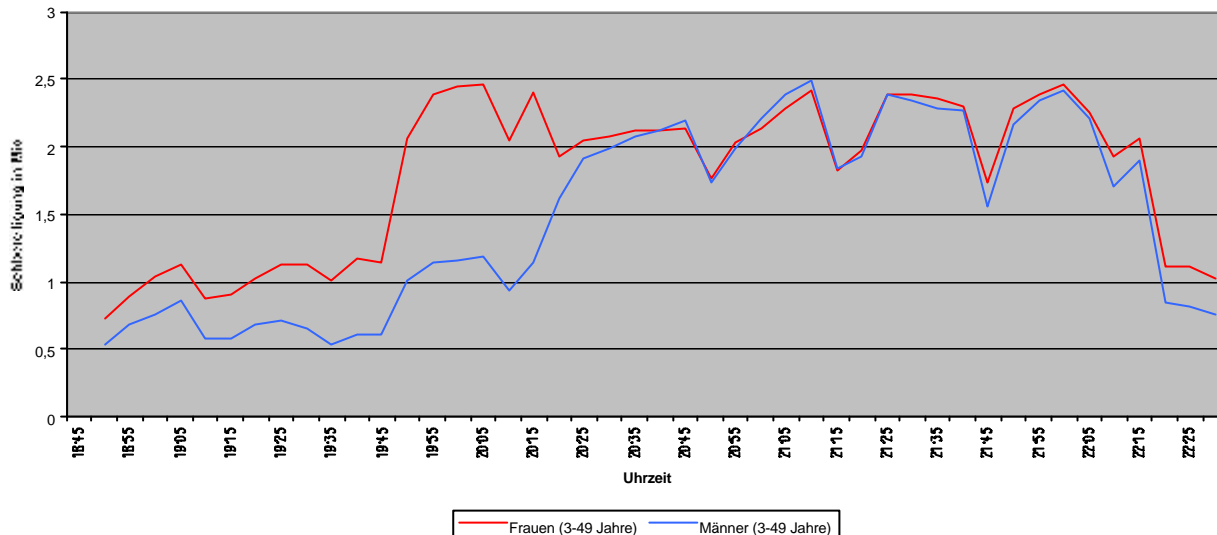
Abbildung 8: Vergleich der Sehbeteiligungen der weiblichen und männlichen Familienmitglieder am Beispiel des Samstagabends bei Sat.1



Mit Beginn von *ran – Bundesliga* steigt die Sehbeteiligung an. Während bei den männlichen Familienmitgliedern die Sehbeteiligung sehr hoch geht und in den Werbeunterbrechungen stärker abfällt, bleibt die der weiblichen Familienmitglieder relativ konstant. Mit Ende der Sportsendung lässt die Sehbeteiligung der männlichen Familienmitglieder stark nach. Sie steigt nur langsam wieder an. Jetzt sehen sich Familien gemeinsam den Kinofilm *Der erste Ritter* an. Auch hier lässt sich deutlich die absinkende Sehbeteiligung in den Werbeunterbrechungen ablesen. Gerade die 10- bis 13-jährigen Kinder sehen zusammen mit ihren Eltern diesen Kinofilm. Da danach noch die *Wochenshow* mit Ingolf Lück folgt, sehen am Samstag auch nach 23.00 Uhr noch viele Kinder fern, allerdings hauptsächlich die 10- bis 13-Jährigen.

Frauen schauen die Soap, die ganze Familie die Krimi-Serie

Abbildung 9: Vergleich der Sehbeteiligung der weiblichen und männlichen Familienmitglieder am Beispiel des Donnerstagabends bei RTL



Genau umgekehrt ist die RTL-Nutzungsfläche am Donnerstagabend konstruiert (s. Abb.9).

Pünktlich zum Beginn von *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* kurz vor 20 Uhr schalten sich die Zuschauer ein, zunächst mehr als doppelt so viele Frauen wie Männer. Während die Kindergartenkinder nicht ins Gewicht fallen, zeigt sich mit zunehmendem Alter größeres Interesse an dieser Soap. Pünktlich zum Beginn des Autobahnkrimis *Alarm für Cobra 11 – die Autobahnpolizei* um 20.15 Uhr setzen sich die Männer mit vor den Fernseher. Mit dem Beginn der Serie *Die Wache* um 22.15 Uhr fallen die Sehbeteiligungen rapide ab. Die Nutzungsfläche ist zu Ende.

Fazit

Neben Sendungen, die eher die Mütter oder eher die Väter mit den Kindern sehen, gibt es auch *richtige* Familiensendungen, bei denen die ganze Familie vereint fernsieht. Während der Werbeunterbrechungen schaltet ein Viertel der Zuschauer auf ein anderes Programm. Bei Sendungen, deren Sendezeiten ein fester Bestandteil des Sendeplans sind, schalten die Zuschauer sehr gezielt ein (*Gute Zeiten, schlechte Zeiten, ran – Bundesliga, Die Sendung mit der Maus* usw.). Die Zuschauer strukturieren ihren Alltag nach den präferierten Sendungen.

3.2 Emotionale und kognitive Verarbeitung des Fernsehangebots – Nicht alles ist für Kinder einfach, auch wenn Erwachsene dies meinen

Eltern sind meist diejenigen, die das gemeinsame Familienprogramm auswählen und dem Kinder sich dann anschließen. Eltern haben jedoch keine klaren Vorstellungen davon, ob und wie Kinder mit Fernsehangeboten emotional und kognitiv zurecht kommen. Bettina Hurrelmann u.a. (1996, S. 94, 95) haben festgestellt,

„...dass Kinder Sendungen sehen, die nicht für sie geeignet sind, was allerdings von den Eltern relativ selten als echtes Problem wahrgenommen wird.“ Dabei führt das „routinemäßige Mitschauen mit den Erwachsenen [...] sowohl zu vermehrtem Konsum von unverständlichen [...] als auch von beängstigenden Sendungen, ein deutlicher Hinweis darauf, dass diese Nutzungsroutine häufig eine Überforderung der Kinder nach sich zieht.“

Reality-TV

Die von den Eltern nicht selten als eher lehrreich eingeschätzten Berichte aus *Notruf* bewerten Kinder dagegen nicht gerade positiv. So erklärt ein Mädchen erst bei Abwesenheit seiner Mutter, es empfinde *Notruf* als erschreckend und belastend:

„Zuerst hab’ ich gedacht, ich mag gerne *Notruf*, aber jetzt halt, mit den blutenden Kindern immer halt [...] vom Fernsehen träumen nachts, ist ja normal halt“ (Bettina Hurrelmann u.a., S. 199).

Notruf ist eine Sendung, die Eltern eher für wertvoll halten, weil die Berichte zu den einzelnen Notfällen stets auch die zur Rettung notwendigen Handlungsschritte erklären. Neben Familienmitgliedern, die den Unfall schildern, werden also immer wieder auch Ärzte und Feuerwehrleute interviewt, die den Notfall und die getroffenen Maßnahmen zur Rettung in fachlicher Sprache schildern. Handlungsweisen werden dabei mit komplizierten Fachbegriffen und genauer Beschreibung einer zeitlichen Reihenfolge dargestellt. Das kann Kinder überfordern, wenn sie sich beispielsweise die zur Rettung notwendigen Schritte merken wollen. Zudem zeigen die Berichte das Familiengefüge recht deutlich. So rettet eine Tochter ihre Mutter gerade noch vor dem Tod durch einen Wespenstich, der eine allergische Reaktion ausgelöst hat. Hier könnte zum einen die geschilderte Angst der Tochter, zum andern auch die von Pusteln übersäte Haut der Mutter (die laut Beschreibung der Tochter fast schon einem Monster ähnelt) Kinder ängstigen. Die meisten der geschilderten Fälle tragen sich im ganz normalen Alltag zu und vermitteln Kindern so das Bild einer gefährlichen Umwelt. Zwar kommt es in jedem der Fälle zur Rettung, doch gelingt diese nur, weil die Personen richtig gehandelt haben.

Der letzte Bericht der *Notruf*-Sendung aus der Stichprobe der „Bestandsaufnahme zum Kinderfernsehen“ handelt von einem Vater, der nach einem Kopfball beim Fußball zunächst ohnmächtig wird und dann einen Herzstillstand erleidet. Laut Aussage eines Experten konnte er nur dadurch gerettet werden, weil seine Freunde die Herzmassage richtig durchgeführt hatten. Ansonsten hätte dieser Hilfsversuch auch tödlich enden können. Diese Erklärung suggeriert den Zuschauern, Erste Hilfe sei nur mit dem entsprechenden Fachwissen sinnvoll. Der im Anschluss gesendete Spielfilm *Der verrückter Professor*, dessen komödiantischer Inhalt Kinder vielleicht die zuvor gesehenen bedrohlichen Bilder zunächst vergessen lässt, liefert sicher nicht die Distanz, damit im Schlaf unverarbeitete und bedrohliche Bilder aus *Notruf* nicht doch wieder auftauchen. Ob Kindern Berichte zur Sendung *Notruf* über Stuntmen und nachgespielte Situationen helfen, Distanz aufzubauen, bleibt fraglich.

Spielfilme

Auch Spielfilme wie *Deep Impact* oder *Waterworld* können Ängste bei Kindern auslösen. Bei *Deep Impact* geschieht dies nicht nur durch die im Film dargestellte Panik und existenzielle Angst der Menschen vor dem Weltuntergang, sondern auch durch den im Anschluss gesendeten Beitrag aus *Focus TV*, der von realen Kometen berichtet. Das fiktive Ereignis und das reale Ereignis Komet durchdringen sich, was kaum eine Distanz zur Bedrohlichkeit des dramatischen Films *Deep Impact* bietet. Insbesondere das Leiden einzelner Familienmitglieder und die bevorstehende Trennung dominieren das letzte Drittel des Spielfilms. Trennung ist ein für Kinder mit Angst besetztes Thema. Sicher besitzen ältere Kinder die Medien- und Genrekompetenz, um sich auch von einem hoch dramatischen Film zu distanzieren. Doch die nachfolgende Reportage, die den bedrohlichen Kometen im anderen Genrekontext in seiner Wirklichkeit bestätigt, lässt einen Distanzierungsmechanismus (das sei ja doch alles nur erfunden) kaum mehr zu. Fiktion und Realität verschmelzen, die schockierenden Realbilder der Zerstörung durch einen Kometen stützen den Wahrheitsgehalt des bedrohlich inszenierten fiktionalen Films.

Kinder, deren Eltern sich den Film *Waterworld* als Sonntagabend-Unterhaltung herausgesucht haben, werden einer emotionalen Belastungsprobe unterzogen. Sicher entwickeln sie große Nähe zur Rolle des kleinen Mädchens in einer schwierigen, ja bedrohlichen Familienkonstellation. Der „Mutant“ in der Rolle des Ziehvaters behandelt das Mädchen sogar mit äußerster Brutalität. Das Mädchen hat auf die Planken des Schiffs gemalt. Deshalb wirft er seine Ziehtochter plötzlich ins Meer, obwohl sie nicht schwimmen kann. Diese äußerst bedrohliche Aktion des Mutanten ist unverständlich, hat aber im Film die wichtige Funktion, den Mann als unzivilisiert zu zeigen. Kinder können dies jedoch nicht einordnen. Der Film führt deshalb zuschauende Kinder von einem Horrorszenario zum nächsten: Ein totes Kind beim Überfall der „Smoker“; Leichen, die wie Marionetten an Fäden hängen und wie lebende Menschen winken; „Du und ich: ja!, Die Kleine wirfst Du über Bord“; „Er tötet sogar kleine Mädchen.“, Smoker: „Das tun wir doch alle!“(s. Szenenfotos).

Szenen aus *Waterworld*:



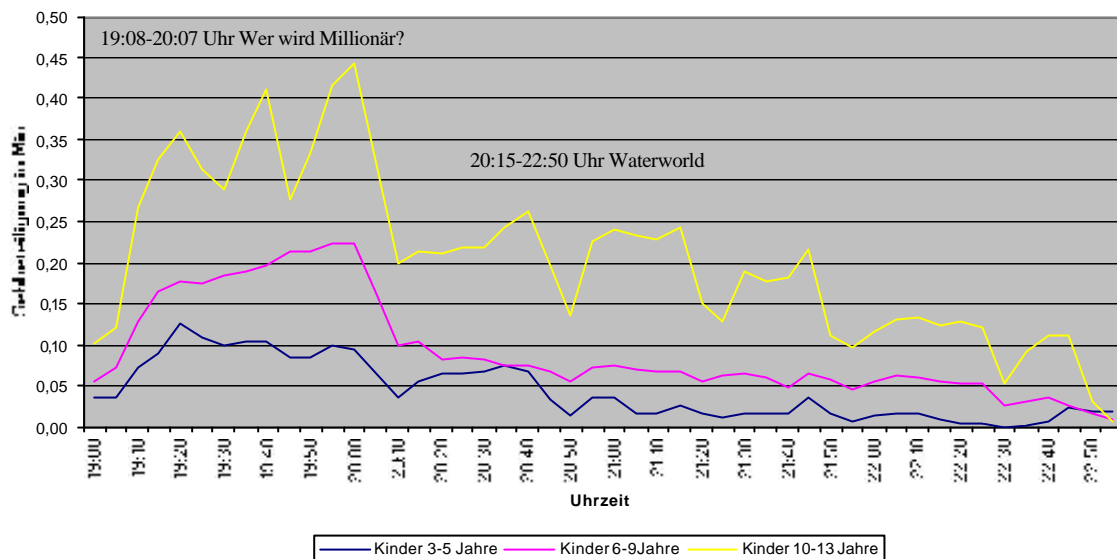
Winkende Leiche



Der brutale Smoker

Beide Filme wurden am Sonntag gesendet. Es ist wahrscheinlich, dass viele Kinder nur den ersten Teil der Filme mit der Problementwicklung gesehen haben und dann ins Bett mussten, ohne jedoch die Auflösung mit dem Happy End von *Waterworld* gesehen zu haben (s. Abb. 10). Die bedrohlichen Bilder begleiten die Kinder vermutlich in ihren Träumen. Die Alltagsorganisation der Familie ist hier medienpädagogisch alles andere als unterstützend zur Bearbeitung heftiger Filmerlebnisse.

Abbildung 10
Nachlassende Sehbeteiligung der Kinder bei "Waterworld", RTL, am Sonntagabend von 20.15 bis 22.50 Uhr



Obwohl *Deep Impact* längst nicht so brutale Szenen bietet wie *Waterworld*, sehen Kinder in *Deep Impact* jedoch detailgetreue Darstellungen des Familienalltags (z.B. die Szene vor dem Fernseher), die belastend und bedrohlich sein können, weil sie im Kontext der Filmgeschichte u.a. auf dramatische Weise Trennungsängste ansprechen. Hinzu kommt die Verbindung der fiktionalen Repräsentation von Themen mit einer sehr realen Form der Repräsentation, die *Focus-TV* mit seiner Dokumentation von Kometeneinschlägen im Anschluss an *Deep Impact* liefert. Hier ist die Aufmerksamkeit der Eltern gefragt, die ihren Kindern Erklärungen anbieten müssten, was jedoch vermutlich eher selten geschieht.

ANMERKUNGEN

ⁱ Hurrelmann, Bettina; Hammer, Michael; Stelberg, Klaus: Familienmitglied Fernsehen. Opladen: Leske & Budrich 1996.

ⁱⁱ Weitere Mitarbeiter/innen: Ole Hofmann, Judith Seipold, Klaus Rummler.

ⁱⁱⁱ Mit nicht-fiktionalen Sendungen sind hier solche gemeint, die ihren Realitätscharakter durch die dort auftretenden „realen“ Personen erhalten. „Reale“ Personen sind in diesem Zusammenhang solche, die für das zuschauende Publikum nicht explizit als Schauspieler erkennbar sind.

Quellennachweis Abbildungen 2, 3, 8, 9 und 10: AGF/GfK PC#TV, Media Control

DIE AUTOREN

Ben Bachmair, Dr. phil. ist Professor für Erziehungswissenschaft und Medienpädagogik im Fachbereich 1 Erziehungswissenschaft/Humanwissenschaften der Universität Gesamthochschule Kassel.

Clemens Lambrecht, Doktorand, und Claudia Topp, Dipl.-Päd., sind wissenschaftliche Mitarbeiter am Fachbereich 1 der Universität/GH Kassel.