

**Themen · Thesen · Theorien
Band 2**

Kinder, Jugend und Medien

**Bericht zum internationalen
Forschungsstand**

**Schlußfolgerungen für den
Jugendmedienschutz**

**Jürgen Grimm
Universität Mannheim**

Unabhängige Landesanstalt für das Rundfunkwesen
(ULR)

Malik Regional Verlagsgesellschaft mbH

Impressum

Herausgeber:

Unabhängige Landes-
anstalt für das Rundfunk-
wesen (ULR), Kiel

© ULR

Alle Rechte vorbehalten

Verlegt bei der Malik
Regional Verlagsgesell-
schaft mbH

Gestaltung, Layout, Satz:
Quadrat Design, Kiel

Gesetzt in Sabon (Adobe)
und Giltus (URW)

Titelbild:

Peter Nagel

Fußball (remake) 1989

Herstellung:

Nieswand Druck GmbH,
Kiel

Auflage 1000

Kiel, 1994

ISBN 3-89029-961-X

Vorbemerkung

Jugendschutz kann sich nicht alleine an normativen Vorgaben orientieren, sondern muß auch die Realität der Massenkommunikation berücksichtigen. Ergebnisse empirischer Untersuchungen zur Medienwirkung und Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen können dazu einen wichtigen Beitrag leisten. Der vorliegende Bericht, den wir im Auftrag der ULR erstellt haben, gibt einen Überblick zum internationalen Forschungsstand und formuliert auf dieser Basis Schlußfolgerungen für die Praxis des Jugendschutzes.

Wir befinden uns offensichtlich in einer Zeit zunehmender Mediennutzung auch und gerade durch Kinder und Jugendliche. Dies gilt vor allem für die Bildschirmmedien Fernsehen, Video und Computer, die beim durchschnittlichen 8- bis 14-jährigen bereits mehr Zeit beanspruchen als die Schule. Ebenso unbestreitbar ist es, daß Gewalt zu einem unübersehbaren Faktor der Konfliktaustragung in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen geworden ist. Vielzitierte Beispiele sind die rechtsradikalen Ausschreitungen gegen Ausländer, das Rowdytum in den Fußballstadien und Gewaltexzesse an den Schulen. Manch einer ist hier geneigt, die beiden Entwicklungslinien in einen direkten Ursache-Wirkungs-Zusammenhang zu bringen. Sind die Medien mit ihrer ungehemmten Gewaltberieselung verantwortlich für die gestiegene Gewaltbereitschaft der jungen Generation? Fördern pornographische Darstellungen im Fernsehen Promiskuität und sexuelle Angriffslust? Kurz: Sind die Medien Ursache einer fortschreitenden Verrohung von Kindern und Jugendlichen?

Auf einfache Fragen gibt es selten einfache Antworten. Die Beiträge der Medienwissenschaft sind durchaus uneinheitlich. Über eines zumindest herrscht Klarheit: Die Medien, allen voran das Fernsehen, *haben* eine Wirkung. Die Theorie vom „Nullmedium“ ohne jeden inhaltlichen Effekt ist widerlegt. Umstritten ist allerdings, welche Wirkungstendenzen im einzelnen von welchen Programmsegmenten ausgehen und unter welchen sozialen Bedingungen sich Wirkungswahrscheinlichkeiten in tatsächliche Wirkungen umsetzen. Eigene Untersuchungen, die im Rahmen des Forschungsprojekts „Medien: Simulation und Wirklichkeit“ an der Universität

Mannheim durchgeführt wurden, haben ergeben, daß in Gewalt- und Katastrophenberichten vor allem Opferdarstellungen eine starke Erregung auslösen, die verschiedene Verhaltenstendenzen verstärkt. So hatten z.B. Großaufnahmen von Verletzungen, die sich ein Kind im Rahmen eines Brandunfalles zugezogen hatte, sehr unangenehme Gefühle zur Folge. Dadurch wurde einerseits die momentane Ängstlichkeit der Zuschauer erhöht, aber auch die Hilfsbereitschaft gefördert.

Positive und negative Medienwirkungen liegen häufig nahe beieinander. Im Interesse des Jugendschutzes liegt es daher, sich der Mühe der Differenzierung von Wirkungsausagen zu unterziehen, und sei es nur deshalb, um ungewollte und negative Nebenwirkungen von Schutzmaßnahmen zu vermeiden. Der Qualität des Jugendschutzes kommt es zugute, wenn sich die Prüfung des vorhandenen Sendematerials nicht allein auf die persönliche Urteilskraft des einzelnen Prüfers verläßt, die allzu leicht von Geschmacksurteilen beeinflußt wird, sondern zusätzlich Erkenntnisse der medienwissenschaftlichen Forschung berücksichtigt werden.

Der vorliegende Bericht vertritt nicht den Anspruch, das vielschichtige Verhältnis von Kindern, Jugend und Medien erschöpfend zu behandeln. Dennoch wird der Versuch unternommen, den internationalen Forschungsstand zu resümieren und mit zuweilen pointierten Zuspitzungen Diskussionsprozesse anzuregen. Die Studie beinhaltet Sekundäranalysen von deutschen und ausländischen Untersuchungen, die sich mit dem Verhältnis von Kindern und Jugendlichen zu Fernsehen und Video befassen. Außerdem enthält der Bericht eine Auswahlbibliographie. Besonderer Wert wurde auf ausländische Studien gelegt, weil sie weniger bekannt als deutsche Untersuchungen und schwerer zugänglich sind. Der Schwerpunkt der Darstellung liegt auf empirischen Forschungsergebnissen, nicht primär auf der Erörterung der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Theorienbildung.

Eine direkte Übertragbarkeit der Befunde in die Praxis des Jugendschutzes ist sicherlich nicht gewährleistet, aber die Auswahl der dargestellten Forschungsergebnisse orientiert sich daran, ob für den Jugendschutz relevante Aspekte

berührt werden. Neben einer Fülle von Einzelgesichtspunkten haben wir uns auf den Komplex der Mediengewalt konzentriert, da hier die am meisten problematischen Wirkungen auf Jugendliche vermutet werden und zu diesem Themenkreis auch die meisten Studien vorliegen. Der Mediensex als weiteres klassisches Jugendschutzthema konnte schon deshalb nicht in gleichem Umfang berücksichtigt werden, da die Forschungslage hier noch äußerst dürftig ist und der gegebene Zeit- und Ressourcenrahmen eine Konzentration auf Wesentliches verlangte. Die Ergebnisse gerade zu diesem Bereich sind daher noch als vorläufig zu bezeichnen. Sie sollten durch weitere Studien und möglichst auch eigene neue Untersuchungen ergänzt werden.

Der Bericht berücksichtigt sowohl Felduntersuchungen als auch Experimentalstudien; in Ausnahmefällen wurden kulturwissenschaftlich angelegte und historisch arbeitende Studien einbezogen.

Im Hinblick auf Altersgruppen haben wir uns keine Beschränkungen auferlegt. Unsere Absicht war es, ein möglichst breites Spektrum des Medienverhaltens von Kindern und Jugendlichen zu erfassen und die problematischen Aspekte potentieller Medienwirkungen differenziert darzustellen. Weder die Sekundäranalysen noch die Bibliographie konnten unter den gegebenen Bedingungen auf Vollständigkeit ausgerichtet sein.

Inhaltsverzeichnis	
Vorbemerkung	Seite 3
Teil 1 Wirkungsforschung	Seite 8
1. Alte und neue Trends in der Wirkungsforschung	Seite 8
2. Angstmache durch Fernsehkonsum? Der Kultivierungsansatz von Gerbner	Seite 10
3. Faktoren der Aggressionsförderung Fernseheinflüsse und soziale Umwelt	Seite 15
4. Wechselwirkung von Angst und Aggression	Seite 26
5. Kinder und Werbung	Seite 28
6. Positive Effekte des Fernsehens	Seite 32
Teil 2 Nutzungsforschung	Seite 37
7. Fernsehnutzung von Kindern und Jugendlichen	Seite 37
8. Videonutzung von Kindern und Jugendlichen	Seite 39
Teil 3 Spezielle Untersuchungen zum Mediensex und Medienhorror	Seite 47
9. Erotika versus „harte“ Pornographie	Seite 47
10. Wahrnehmung und Verarbeitung von Gewaltdar- stellungen durch Kinder und Jugendliche	Seite 52
11. Entschärfung harter Gewaltdarstellungen - ein Ausweg?	Seite 58
12. Schlußfolgerungen	Seite 60
Bibliographie	Seite 63

Teil 1 Wirkungsforschung

1. Alte und neue Trends in der Wirkungsforschung

Im Auftrag der amerikanischen Regierung wurden in den Jahren zwischen 1972 und 1982 zweimal die Auswirkungen medialer Gewaltdarstellungen auf Kinder und Jugendliche systematisch untersucht. Im Zeitraum zwischen den beiden Studien vertrat die britische Kommission „Zukunft des Fernsehens“ unter Lord Annan die Meinung, daß die Frage medialer Gewaltdarstellungen genügend erforscht sei. Diese Auffassung hat sich jedoch nicht durchgesetzt, stattdessen wurden immer mehr Wege aufgezeigt, mit deren Hilfe die Wirkungen medialer Gewaltdarstellungen geklärt werden sollten. Während in früheren Jahren einfache Entweder-Oder-Vorstellungen dominierten, die aufgrund des jugendlichen Medienkonsums entweder eine Zunahme (*Stimulationsthese*) oder eine Abnahme der Aggression (*Reduktionsthese*) postulierten, werden heute in weit stärkerem Maße der Einfluß von sozialen Rahmenbedingungen und anderen vermittelnden Faktoren der Medienwirkung betont. Zwar geht eine Mehrheit der internationalen Medienforscher heute von einer eher moderaten Tendenz der Mediengewalt zur Aggressionsförderung aus, doch ist das tatsächliche Eintreten der Aggressionssteigerung von sozialen Rahmenbedingungen abhängig und kann unter bestimmten Umständen sogar ins Gegenteil verkehrt werden. Die Beziehung von Mediengewalt und Aggression ist weit davon entfernt, einen eindeutigen, statistisch perfekten Zusammenhang zu bilden. Eine kausale Zwangsläufigkeit besteht nicht, weder im Hinblick auf Aggressionsförderung noch im Hinblick auf Aggressionsreduktion.

Untersuchungen, die sich mit dem Erregungspotential von Fernseh- und Videobildern befassen, haben im übrigen ergeben, daß *unabhängig vom gezeigten Inhalt* stark erregende Bilder (z.B. Komik, Erotik, Action) aggressives Verhalten verstärken können, wenn durch die Situation aggressives Verhalten bereits nahegelegt ist. Forschungen zum Effekt von formalen Gestaltungsmerkmalen (Bewegung, Schnitthäufigkeit, Farbe, Geräusche etc.) führen ebenfalls zu dem Schluß, daß keineswegs immer der Sendungsinhalt der Darstellung für Medienwirkungen verantwortlich ist. Der populäre Slo-

gan lautet hier im Anschluß an McLuhan: Das Medium ist die Botschaft.

Die aggressionsbezogene Forschung macht nach wie vor einen großen Teil aller Wirkungsuntersuchungen aus, sie gibt jedoch nicht mehr alleine den Ton an (Bonfadelli: 1990). Man konnte in den 70er und frühen 80er Jahren leicht den Eindruck eines Superthemas gewinnen, das alle anderen Aspekte in den Hintergrund drängte. Doch haben in jüngerer Zeit auch alternierende Themen und konkurrierende Forschungstraditionen deutlich an Boden gewonnen. So ist es zunehmend selbstverständlich geworden, daß Horror- und Gewaltdarstellungen nicht nur die Aggressivität, sondern z.B. auch das Angstverhalten beeinflussen. Eine große Anzahl von Studien liegt mittlerweile zu diesem Themenkreis vor. Im Zuge der Deregulierung und Privatisierung der Medienlandschaften wurde dem Verhältnis von *Kindern und Werbung* ebenfalls eine größere Forschungsaufmerksamkeit zuteil. Erste Ansätze gibt es auch bei der *Untersuchung von Erotika und Pornographie*, die aufgrund ethischer Forschungshemmnisse stark vernachlässigt wurden.

Mechanische Wirkungsmodelle, die das Verhältnis von Medien und Zuschauer als eine Einbahnstraße ansehen, sind heute in Verruf geraten. Die Vorstellung, daß Kinder/Jugendliche den Medienwirkungen passiv und schutzlos ausgeliefert sind, wird nur noch von einer Minderheit vertreten. Insgesamt wird von Medien- und Kommunikationswissenschaftlern heute viel stärker als früher der aktive Gebrauch betont, den Kinder und Jugendliche vom Fernsehen machen, indem sie in eigener Initiative das für sie Interessante auswählen und in ihrem Sinne interpretieren. Die Stichwörter lauten hier: biographieorientierter Untersuchungsansatz, Fernsehwirkungen auf das prosoziale Verhalten, Empathieforschung und Förderung von Hilfsbereitschaft u.a.m. Negativwirkungen von Gewaltdarstellungen erscheinen aus dieser Sicht als unerwünschte und unbeabsichtigte Nebeneffekte der aktiven Fernsehnutzung. Den Eltern kommt in diesem Zusammenhang eine große Bedeutung zu. Neuere Studien belegen den enormen *Einfluß, den Eltern bei der Vermittlung von Fernsehwirkungen haben*, sei es in negativer, sei es in positiver Hinsicht.

Mechanische Wirkungsmodelle sind überholt

Der aktive Mediengebrauch wird betont

Vermittelnde Faktoren der Medienwirkung betont

Aggressionsförderung kann auch inhaltsunabhängig sein

2. Angstmache durch Fernsehkonsum ?

Der Kultivierungsansatz von Gerbner

Seit den späten 60er Jahren untersucht eine Forschergruppe um George Gerbner an der Annenberg School of Communications (University of Pennsylvania) jährlich Fernsehsendungen auf ihren Gewaltanteil. Die veränderlichen Gewaltanteile werden interpretativ zu gleichfalls erhobenen Einstellungen der amerikanischen Bevölkerung in Beziehung gesetzt. Die folgende, relativ ausführliche Zusammenfassung bezieht sich auf zwei Aufsätze Gerbners, die einen Überblick über den Forschungsansatz geben sollen. Im Anschluß daran kommt der amerikanische Sozialpsychologe Paul M. Hirsch, ein prominenter Kritiker Gerbners, zu Wort. Abschließend wird in diesem Kapitel eine Studie des Gerbner-Mitarbeiters Morgan vorgestellt, um Differenzierungen und aktuelle Entwicklungen deutlich werden zu lassen. Der breite Raum rechtfertigt sich damit, daß der Gerbner-Ansatz in Deutschland jüngst aufgegriffen wurde. Die Feststellung quantitativer Gewaltanteile im deutschen Fernsehen (Stichwort: Leichenzählen) beschäftigt die aktuelle öffentliche Diskussion und hat nach unserem Eindruck nicht unerheblich für Verwirrungen gesorgt. Eine kritische Würdigung der Gerbnerschen Denktradition soll dabei helfen, den Aussageanspruch, aber auch die Grenzen der Aussagefähigkeit solcher Studien zu beurteilen.

GERBNER, G. ET AL.: *Die „angsterregende Welt“ des Vielsehers*. In: *Fernsehen und Bildung*, 15. Jg., 1981, S.16-42.

GERBNER, G.: *Über die Ängstlichkeit von Vielsehern*. In: *Fernsehen und Bildung*, 12. Jg., 1978, S.48-58.

Methode und theoretisches Konzept:

Der zweiteilige Ansatz besteht aus der Analyse des Systems von Botschaften und der Analyse der „Kultivierung“. Die Analyse des Systems von Botschaften beinhaltet eine jährliche Auswertung von Programmbeispielen (Serienprogramme, Fernsehspiele, Filme usw.), ausgestrahlt zur Hauptsendezeit am Abend und im Tagesprogramm der Wochenenden.

„Kultivierungsthese“:
Gegebenheiten der
TV-Welt beeinflussen
Zuschauervorstellungen

Die „Kultivierungs“-Analyse besteht aus einer Untersuchung der Zuschauervorstellungen, die sich im Zusammenhang mit den am häufigsten auftretenden charakteristischen Merkmalen innerhalb der Fernsehwelt entwickeln.

Durch das Fernsehen wird in jedem Haushalt eine einheitliche, fiktive „Welt“ geschaffen. Von der Intensität des Fernsehkonsums hängt laut Gerbner der Grad der Beeinflussung ab, den das Fernsehen auf das Denken und Handeln ausübt. Je mehr sich jemand in die Welt des Fernsehens integriert, desto wahrscheinlicher sind seine Vorstellungen von der realen Welt auf die synthetische Welt des Fernsehens zurückzuführen.

Gerbner geht davon aus, daß das Fernsehen die relative Gemeinsamkeit von Standpunkten in der Bevölkerung begünstigt („Mainstreaming“). Solche fernsehabhängigen Gemeinsamkeiten der Weltansicht zeigen sich bei TV-Vielsehern stärker als bei Fernseh-Wenigsehern. Bei einer Trennung der Versuchspersonen nach Ausbildung und Einkommen stellt Gerbner fest, daß die Wenigseher in den Gruppen mit besserer Ausbildung und höherem Einkommen in ihren Einstellungen am wenigsten durch das Fernsehen geprägt sind.

„Mainstreaming“ kann durch „Resonanz“ verstärkt werden, wenn die Ähnlichkeiten zwischen der Realität einer sozialen Gruppe und Merkmalen der Fernsehrealität eine besonders hohe Aufmerksamkeit erzeugen. Stimmt das eigene Bild von Alltagsrealität mit dem, was im Fernsehen gezeigt wird, überein, kann dies zu einer beträchtlichen Steigerung des Kultivierungsprozesses beitragen.

„Mainstreaming“:
relative Übereinstimmung der Weltansicht bei Fernseh-Vielsehern

„Resonanz“:
Übereinstimmung zwischen Fernsehrealität und sozialer Gruppe verstärkt Kultivierungseffekte

Ergebnisse und Interpretationen:

- Die Fernsehprogramme enthalten sehr viel mehr Gewalt, als es durch die Realität allein gerechtfertigt ist. Im Gegensatz zur Realität bietet das Fernsehen auch eine klare, vereinfachte Welt an, in der immer die Gerechtigkeit oder zumindest doch die Autorität siegt. Situationen und Hauptdarsteller sind meist in schwarz-weiß gemalt, d.h. gut oder böse, tüchtig oder untüchtig, und die Handlungen sind an den Vorstellungen von Moral und Gerechtigkeit orientiert, die unabhängig von der Realität die größte Akzeptanz erfahren.

„Scary World-
Hypothese“:
Fernsehen fördert
die Vorstellung
einer Welt voller
Bedrohungen

- Fernseh-Vielseher insbesondere unter Kindern haben eine geringere Fähigkeit, zwischen „realer“ und „fiktiver“ Welt zu unterscheiden als Fernseh-Wenigseher.
- *Fernseh-Vielseher halten die reale Welt für viel gefährlicher und vertrauensunwürdiger als Fernseh-Wenigseher.* So haben vielsehende Schulkinder mehr Angst, nachts auf die Straße zu gehen als andere. Sie sind auch eher der Meinung, daß es vorkommen kann, jemanden in Wut oder Streit zu schlagen. Gerbner schließt daraus:
- Gewaltdarstellungen im Fernsehen haben zur Folge, daß der Zuschauer die bedrohliche und verzerrte Weltsicht des Fernsehens („Scary-World“-Perspektive) übernimmt. Ein hoher Fernsehkonsum insbesondere bei Kindern führt zu einer Angst- und Mißtrauenspotenzierung, und dieser Sachverhalt wiederum beeinflusst weitere Verhaltensweisen, z.B. die Gewaltbereitschaft.

HIRSCH, P.M.: *Die „angsterregende Welt“ des Nichtsehers und andere Unstimmigkeiten.* Eine kritische Überprüfung der von Gerbner et al. zur Stützung der Kultivierungshypothese vorgelegten Befunde Teil 1. In: *Fernsehen und Bildung*, 15. Jg., 1981/1-3, S.43-64.

HIRSCH, P.M.: *Wie man aus seinen Fehlern nicht lernt.* Eine kritische Überprüfung der von Gerbner et al. zur Stützung der Kultivierungshypothese vorgelegten Befunde Teil 2. In: *Fernsehen und Bildung*, 15. Jg., 1981/1-3, S.65-79.

Sekundärstatische
Überprüfung der
Datensätze
Gerbners

Paul M. Hirsch hatte Gelegenheit, mit mehreren der von Gerbner verwendeten Datensätze eigene statistische Auswertungen durchzuführen. Er wollte damit Gerbners Kultivierungshypothese überprüfen, die u.a. besagt: *Je größer der Fernsehkonsum, desto mehr führt dies zu Angst und Orientierungslosigkeit. Fernsehkonsum trägt dazu bei, daß der Zuschauer die Welt für bedrohlicher und erbärmlicher hält.*

Hirsch kommt am Ende seiner Überprüfung zu dem Schluß, daß die Kultivierungshypothese allenfalls als eine interessante, jedoch unbegründete Spekulation zu sehen ist.

Kritik an Gerbner et al.:

- Seit Beginn der Erhebungen wurden über 600 Items in die Befragung aufgenommen, wobei die tatsächlich verwendete Anzahl von Jahr zu Jahr variiert. Auch die Stichproben und ihre Repräsentativität sind starken Schwankungen unterworfen. Die Definitionen von Viel- und Wenigsehern bleiben ebenfalls nicht konstant, so daß zwischen den Jahren

Methodische
Probleme

- z.T. erhebliche Unterschiede in den Ergebnissen auftreten.
- Werden an Stelle der ohnehin wenig deutlich ausgeprägten Beziehungen zwischen den fraglichen Variablen multiple Kontrollbedingungen eingeführt, wird die Bedeutung der Sehhäufigkeit bis zur Geringfügigkeit verkleinert.
- Anhand einer repräsentativen Stichprobe von 2875 Personen über 18 Jahren kommt Hirsch zu einem völlig anderen Ergebnis als Gerbner. Vielseher billigen Gewalt keineswegs mehr als Normal- und Wenigseher.
- Nach einer Aufspaltung von Wenig- und Nichtsehern, die Gerbner selbst in einer Kategorie zusammenfallen ließ, stellt Hirsch fest, daß die Fernseh-Nichtseher zu 13 von 18 Fragen sogenannte „Fernsehanworten“ gaben. Das Antwortverhalten der Vielseher war demgegenüber weniger fernsehorientiert. Dies gilt auch für die zentrale Aussage zur Scary-World-Perspektive des Fernsehens. Die Nichtseher stufen die Welt noch bedrohlicher ein als die Vielseher.
- Zu einem ähnlich inkonsistenten Resultat führte die Aufspaltung von Viel- und Extremsehern. Bei 11 von 18 Items stellt Hirsch fest, daß Extremseher weniger häufig eine Fernsehantwort gaben als Vielseher. Er kommt daher zu dem Schluß:
- Die These von Gerbner et al., daß Fernsehkonsum bestimmte Fehlwahrnehmungen der „realen Welt“ „kultiviere“, hielt einer systematischen und kritischen Überprüfung unter Zuhilfenahme gängiger statistischer Verfahren nicht stand. Hirsch sieht die Behauptung von Gerbner et al., daß diese Daten die Kultivierungshypothese stützen würden, ihrerseits als ein Resultat einer Fehlwahrnehmung der „realen Welt“ sozialwissenschaftlicher Daten an.

Vielseher nicht
gewaltbereiter als
Wenigseher

Nichtseher neigen
stärker zur Scary-
World-Perspektive
als Vielseher

Schluß: Kultivie-
rungshypothese so
nicht haltbar

MORGAN, M. (1983): *Symbolic victimization and real-world fear*. In: *Human Communication Research*, Vol.9, No.2 pp.146-157.

Morgan untersuchte die Beziehung zwischen Opferdarstellungen im Fernsehen und der Anfälligkeit für Angstgefühle in der realen Welt.

Methode:

Analog zum Vorgehen Gerbners verglich Morgan zwei Datensätze:

Neuere Studie in der Gerbner- Tradition

1. Befragung von 5762 Personen u.a. im Hinblick auf deren Risikowahrnehmung und Ängstlichkeit;
2. Untersuchung der fiktionalen TV-Entsprechungen (insgesamt 18304 Fernseh-Charaktere aus 1150 Programmstunden). Die Fernseh-Charaktere, die dieselben demographischen Merkmale aufweisen wie die sozialen Subgruppen, wurden daraufhin geprüft, *wie häufig sie als Täter oder Opfer vorkommen*.

Morgan weist mit Blick auf die Kritik von Hirsch darauf hin, daß dessen Analyse lediglich auf der Unterscheidung von acht Subgruppen basierte, während der vorliegende Ansatz mit 323 Subgruppen eine systematische Überprüfung der Kultivierungshypothese erlaubt.

Ergebnisse:

Ergebnis: Seher, die soziodemographische Entsprechung in Opfer-Subgruppen finden, kultivieren Angst stärker als andere

- Zuschauergruppen, deren fiktionale TV-Entsprechungen mehr zur Opferrolle als zur Täterrolle tendieren, zeigen eine stärkere Beziehung von Sehhäufigkeit und Ängstlichkeit als Zuschauergruppen, die keine entsprechende TV-Opfercharaktere aufweisen. Das heißt, daß Vielseher in Zuschauergruppen mit Opfer-Counterparts die Welt für besonders gefährlich halten.
- Dieser im Vergleich zu Gerbner bereits differenzierte Kultivierungsbefund läßt sich noch weiter präzisieren: Gewaltopfer kultivieren die Angst stärker als Mordopfer. Hieraus folgt: Die Anzahl der Leichen ist im Hinblick auf Ängstlichkeit weniger aussagekräftig als die Intensität der Gewaltdarstellung.

Kommentar:

Korrelationen sind keine Kausalnachweise. Die potentielle Wirkungsrichtung geht aus einem einfachen Zusammenhangsmaß schon gar nicht hervor. Kritiker der Vielseherforschung betonen, daß der gefundene Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Ängstlichkeit bzw. zwischen Fernsehgewalt-Konsum und Ängstlichkeit auch umgekehrt gedeutet werden kann. So ist bekannt, daß vor allem ängstliche Leute einen Geschmack an „angstmachenden“ Fernsehprogrammen gewinnen. Sie wenden sich Gewalt- und Horrordarstellungen aber nicht zu, um ihre Angst noch zu steigern, sondern um sich mit der Angst unter sicheren Fernsehbedingungen zu konfrontieren. Experimentelle Studien zeigen, daß ängstliche Leute auf die entspannenden Aspekte eines Spannungsdramas intensiver reagieren als andere. Sie genießen nicht das Verbrechen und die Gewalttat, sondern vor allem den Moment der Überführung des Verbrechers, wenn zumindest vorübergehend die Ordnung und Sicherheit wiederhergestellt sind.

Im übrigen beinhaltet der Kultivierungsansatz eine bestimmte Vorstellung über das Verhältnis von Angst und Aggression, wonach Angst Aggressionen verstärkt oder erzeugt. Die Beziehung von Angst und Aggression ist jedoch keineswegs so eindeutig. Unter Umständen kann die Steigerung von Angst gerade zu einer Aggressionshemmung führen. Vergleiche zu diesem Punkt die Experimente von Björkqvist in Kapitel 4.

Im folgenden gehen wir auf Studien ein, die Beziehungen zwischen Fernsehkonsum und Aggression direkt untersuchen.

3. Faktoren der Aggressionsförderung: Fernseheinflüsse und soziale Umwelt

Zunächst stellen wir Ergebnisse der kulturvergleichenden Forschung vor, die eine makrosoziologische Perspektive einnehmen. In einem zweiten Schritt diskutieren wir mikrosoziologische Langzeituntersuchungen über den Einfluß von Eltern und Familie auf das Medienverhalten von Kindern. Bei all diesen Studien wird deutlich werden, daß die Wirkung von Gewaltdarstellungen im Fernsehen nicht unabhängig vom sozialen Umfeld ist und von diesem in erheblichem

Fernsehgewalt-
Konsum erzeugt
Ängstlichkeit - oder
erzeugt Ängstlich-
keit Fernsehgewalt-
Konsum?

Maße gesteuert wird. Dabei gehen wir auch auf Untersuchungen ein, die keinen direkten Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Aggression gefunden haben. Im dritten Abschnitt dieses Kapitels diskutieren wir die Frage, inwieweit die formale Gestaltung von Fernsehsendungen unabhängig vom Darstellungsinhalt Aggressionen auslösen kann.

3.1 Kulturvergleichende Studien

HUESMANN, L.R., LAGERSPETZ, K., ERON, L.D. (1984): *Intervening variables in the TV violence-aggression relation: Evidence from two countries*. In: *Developmental Psychology*, Vol.20, No.5, pp.746-775.

Methode und Durchführung der Untersuchung:

Die Autoren untersuchten im Zeitraum zwischen 1977 und 1979 durch eine drei-wellige Panel-Befragung in Finnland und in den USA den Zusammenhang zwischen Fernsehverhalten, Aggressionen und elternbezogenen Merkmalen von Schulkindern. Am Beginn der Untersuchung gingen die Kinder in die 1. bis 3. Grundschulklasse. In den USA wurden 758 und in Finnland 220 Jungen und Mädchen im Hinblick auf die folgenden Aspekte befragt und getestet:

- Aggression der Kinder (Ausgangsaggression und spätere Aggression durch Selbst- und Fremdeinschätzung);
- Verhältnis der Kinder zum Fernsehen (Fernsehkonsum, Konsum von Fernsehgewalt, Wahrnehmung des Programms als realistisch, Identifikation mit TV-Charakteren);
- Elternbezogene Variablen (Aggression, Fernsehkonsum, Erziehungsstil, sozialer Status der Eltern).

Aggressives Verhalten wurde definiert als absichtliche physische Schädigung von Mitschülern, z.B. Schlagen und Treten.

Ergebnisse:

- Die Ausgangsaggression (erster Meßzeitpunkt) lag in beiden Ländern bei Jungen höher als bei Mädchen, ebenso sahen Jungen in beiden Ländern mehr aggressive Medieninhalte als Mädchen.

Jungen sehen mehr aggressive Medieninhalte als Mädchen

- Für Jungen in beiden Ländern und für Mädchen in den USA wurde ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Umfang des *Fernsehgewalt-Konsums und gleichzeitiger Aggression* sowie zwischen Fernsehgewalt-Konsum und *nachfolgender Aggressionssteigerung* festgestellt.
- Bei Jungen wird dieser Zusammenhang in beiden Ländern verstärkt, wenn sie sich mit aggressiven TV-Figuren *identifizieren* und eine besondere *Vorliebe für aggressive Programminhalte* aufweisen. Dieser Effekt wurde bei Mädchen nicht beobachtet.
- In den USA schätzten sowohl Jungen als auch Mädchen das Fernsehen und die Gewaltdarstellungen im Fernsehen als gleich real ein. In Finnland schätzten die Jungen das Fernsehen als realer ein als die Mädchen. In beiden Ländern und über beide Geschlechter hinweg gab es schwache positive Beziehungen zwischen der *Bewertung von Gewaltdarstellungen als realistisch* und Aggression.
- Aufgrund von Pfadanalysen kommen die Autoren zu dem Schluß, daß zwischen Fernsehgewalt und Aggression ein Wechselwirkungsverhältnis besteht: *Fernsehgewalt-Konsum vergrößert die Aggression und die Aggression vergrößert den Fernsehgewalt-Konsum*. Allerdings beeinflussen zugleich eine Vielzahl weiterer Faktoren das Aggressionsverhalten, z.B. die Aggressivität der Mutter, geringe erzieherische Aufmerksamkeit der Eltern und niedriger sozialer Status, ärmliches Erscheinungsbild in der Schule, Unbeliebtheit unter Gleichaltrigen u.a.m. Die Autoren schlagen deshalb ein Multiprozeß-Modell vor, in dem der postulierte Kreislauf von Fernsehgewalt-Konsum und Aggression ein Moment darstellt, aber von anderen Faktoren verstärkend oder reduzierend überlagert wird.

Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen

Unterschiede zwischen den Ländern

Ergebnis: Wechselseitige Verstärkung von Mediengewaltkonsum und Aggression

ERON, L.D., HUESMANN, L.R. (1989): *Fernsehen, Familie und Kultur*. In: J. Groebel, P. Winterhoff-Spurk, (Hg.) (1989): *Empirische Medienpsychologie*. München: Psychologie Verlags Union .

In Fortsetzung der Studie von 1977 erweitern die Autoren ihren kulturvergleichenden Ansatz auf insgesamt 5 Länder: Australien (223 Jungen und Mädchen), USA (421 Jungen und Mädchen), Finnland (178), Israel (85) und Polen (203).

Ergebnisse:

Einen Überblick über die gefundenen Zusammenhänge zwischen Fernsehkonsum und durchschnittlichen Aggressionswerten gibt die folgende Tabelle. Ausgewiesen sind nur die statistisch signifikanten Zusammenhangsmaße (Korrelationskoeffizient mit $p=.05$ und kleiner). In Klammern hinzugefügt wurden die Werte, die das Signifikanzniveau nur knapp verfehlen ($p=.10$). Zur Erläuterung sei noch vorausgeschickt, daß der Korrelationskoeffizient maximal einen Wert von 1 annehmen kann, wenn eine perfekte Beziehung besteht.

Korrelationen zwischen Fernseh-Variablen und Aggression in fünf Ländern

Fernseh-Variablen	Australien	USA	Finnland	Israel	Polen
Mädchen					
Umfang des Fernsehkonsums	.22	.35			
Aggressiver Fernsehkonsum	(.16)	.29		.48	(.17)
Identifikation mit allen Fernsehdarstellern			.28		.23
Identifikation mit aggressiven Fernsehdarstellern				.27	.25
Wahrgenommene Realität der aggressiven Programme				.22	
Jungen					
Umfang des Fernsehkonsums	.21	.32			
Aggressiver Fernsehkonsum	.27	.25	.22	.45	(.17)
Identifikation mit allen Fernsehdarstellern	.24		.43	.34	.21
Identifikation mit aggressiven Fernsehdarstellern	.27		.35	.29	.35
Wahrgenommene Realität der aggressiven Programme				.22	

Trotz einiger Variationen zwischen den fünf Ländern gibt es einen Trend in den Ergebnissen, der den Zusammenhang von Aggression und Fernsehkonsum zu belegen scheint. Dieser Zusammenhang ist jedoch in Anbetracht vielfach fehlender statistischer Signifikanz und eher kleiner Korrelationskoeffizienten nicht besonders stark ausgeprägt. Überdies betonen die Autoren zu Recht, daß Zusammenhangsmaße keine Kausalnachweise darstellen. Auch wenn es Hinweise auf eine Wechselwirkung von Fernsehgewalt-Konsum und Aggression gibt, räumen die Autoren ein:

„Durch angemessene Erziehungsstrategien können die Eltern also Einfluß darauf nehmen, wie ihre Kinder Fernsehhalte interpretieren und durch diese beeinflusst werden.“ (S.163)

Zusammenhangsmaße sind keine Kausalnachweise

GROEBEL, J. (1988): *Sozialisation durch Fernsehgewalt*. Ergebnisse einer kulturvergleichenden Studie. In: Publizistik, H.2-3, S.468-480.

Groebel baut auf den Daten von Huesmann und Eron auf und verknüpft deren Erkenntnisse interpretativ mit zwei weiteren kulturvergleichenden Studien in den Niederlanden und in Deutschland. In den Huesmann/Eron-Panel-Studien und den beiden neu hinzugenommenen wurden ähnliche Variablengruppen untersucht, wenn sie auch methodisch nicht auf dieselbe Weise erfaßt wurden:

- Aggression der Kinder (dreimal gemessen)
- Fernsehkonsum (insbesondere Fernsehgewalt-Konsum)
- Erziehungsstil der Eltern

Integration der Ergebnisse aus dem Kulturvergleich:

- Die höchste Stabilität wies in allen Ländern die Beziehung zwischen früherer und späterer Aggression auf. Dies bestätigt Forschungsergebnisse, wonach dieses Merkmal früh erworben wird und dann relativ konstant über die Zeit bleibt. Kindliche Aggressivität sagt am besten Erwachsenen-Aggressivität voraus.
- Den zentralen Faktor für die Entstehung kindlicher Aggressionen sieht Groebel im Erziehungsstil der Eltern: Ein Erziehungsstil mit Bestrafungstendenzen und häufiger Zurückweisung fördert die kindliche Aggression in allen Ländern. Diese Einflußgröße hat universalen Charakter.

Genereller elterlicher Einfluß unabhängig von der Kultur

**Kulturspezifisch
unterschiedlicher
Einfluß von
Mediengewalt**

- Die Wirkung von Fernsehgewalt auf aggressives Verhalten ist hingegen kulturspezifisch verschieden. So resultierte in Australien und den Niederlanden kein statistisch signifikanter Befund. Der stärkste Zusammenhang zwischen Fernsehgewalt-Konsum und Aggression besteht in den USA und Israel. Gemeinsam ist beiden Staaten, daß sie unter allen hier analysierten Ländern die höchste Präsenz von Gewalt in der konkreten Umwelt haben. In Amerika zeigt sich dies in einer sehr hohen Kriminalitätsrate, in Israel durch die Nähe zum Nahostkonflikt.
- Groebel schließt daraus, daß bereits die konkrete Umwelt aggressive Kognitionen erzeugt, das Fernsehen vermittelt diese Umweltinformationen bzw. verstärkt die konkret gewonnenen Eindrücke.
- Am wahrscheinlichsten sind aggressive Verhaltenstendenzen dann, wenn alle Sozialisationsfaktoren diese verstärken: Elternerziehung, aggressive Beispiele in der konkreten Umwelt, gewalthaltiges Medienangebot, geringe kognitive Fähigkeiten, sich von diesen Medieneinflüssen zu distanzieren etc.

**3.2 Langzeituntersuchungen zum Einfluß
von Erziehung und Familie**

SINGER, J.L., SINGER, D.G., RAPACZYNSKI, W. (1984): *Family patterns and television viewing as predictors of children's belief and aggression*. Journal of Communication, Vol.34, pp.73-89.

Die Grundhypothese der Studie lautet: Eine Anzahl von Variablen aus dem familiären Umfeld der Kinder in Verbindung mit einem hohen, nicht-reglementierten Fernsehkonsum in der frühen Kindheit sagen spätere Aggressivität und eine Scary-World-Perspektive (siehe oben) voraus.

Methode:

Singer et al. untersuchten 63 Kinder über einen Zeitraum von 6 Jahren (1977 - 1982). Zu Beginn der Studie waren die Kinder 4 Jahre alt. Erhoben wurden u.a.:

- Fernsehkonsum (realistische Abenteuer/Gewalt-Programme, phantasierorientierte Programme wie z.B. Cartoons),
- Erziehungsstil der Eltern,
- Reaktionen von Eltern oder Geschwistern auf aggressives Verhalten,

- Schlafgewohnheiten,
- Möglichkeiten zur kulturellen Betätigung,
- Aggressivität (beobachtet beim Spielen),
- Scary-World-Sicht der Kinder.

Ergebnisse:

- Frühere Studien zeigten bereits, daß sogar Cartoons unter bestimmten Bedingungen einen aggressionsfördernden Effekt haben können. Die Aggressionsförderung ist jedoch bei realistischen Abenteuer/Gewalt-Programmen erheblich stärker.
- Mit Hilfe multipler Regressionen weisen die Autoren nach, daß bei Kontrolle der Ausgangsaggression ein *straforientierter Erziehungsstil* unter Betonung von Macht in Kombination mit dem *Konsum realistischer Abenteuer/Gewalt-Programme* und *generellem Vielsehen* im Kindergartenalter spätere Aggression voraussagt. Aggressionsfördernd kommen hinzu: wenig Schlaf, häufiges Ausgehen der Eltern, mangelnde Organisation der Alltagsroutinen und geringe Intelligenz der Kinder. Im Hinblick auf die Stärke der gefundenen hochkomplexen Zusammenhänge räumen die Autoren ein: „Our analyses do not show very strong effects.“
- Eindeutiger als Aggression erklärt der frühe und häufige *Konsum realistischer Abenteuer/Gewalt-Programme* eine spätere Scary-World-Sicht der Kinder. Verfügen die Kinder über keine attraktiven *kulturellen Alternativen* zum Fernsehen und pflegen die Eltern einen straforientierten Erziehungsstil, so wird der Scary-World-Effekt vergrößert. Der Zusammenhang gilt am stärksten für den Gewaltkonsum der 7- und 8-jährigen im Hinblick auf die Ängstlichkeit mit 9; er nimmt jedoch mit den Jahren ab. Geschlecht und Intelligenz der Kinder spielen dabei ebenso wenig eine Rolle wie das generelle Fernseh-Vielsehen im Vorschulalter.

**Auch Cartoons
können
Aggressionen
fördern**

**Zusammenwirken
von Erziehungsstil
und Gewaltkonsum**

**Straforientierter
Erziehungsstil
sagt spätere Scary-
World-Sicht voraus**

SINGER, J.L., SINGER, D.G., DESMOND, R., HIRSCH, B., NICOL, A. (1988): *Family mediation and children's cognition, aggression, and comprehension of television: A longitudinal study*. In: Journal of Applied Development Psychology, Vol.9, pp.329-437.

Fragestellung und Methode:

Singer et al. führten mit 66 Vorschulkindern und Erstkläßlern (33 Jungen und 33 Mädchen) sowie mit deren Eltern in einem Zeitraum von 2 Jahren eine mehrmalige und ausführliche Befragung sowie verschiedene Tests durch.

Im Anschluß an frühere Studien untersuchten die Autoren den Einfluß der Eltern und der häuslichen Kommunikationsverhältnisse auf das

- Fernsehverständnis der Kinder,
- auf die Unterscheidungsfähigkeit von Phantasie und Realität,
- die motorische Ruhelosigkeit und
- auf die Aggression,
- auf die Ängstlichkeit (Scary-World-Perspektive).

Insbesondere sollte geklärt werden, inwieweit der *allgemeine Gesprächsstil* der Eltern und spezielle *Vermittlungsmaßnahmen in bezug auf das Fernsehen* Fernsehwirkungen bei den Kindern verändern können. Die Hypothesen der Autoren gehen dahin, daß Vermittlungsleistungen der Eltern dazu führen, daß die Kinder z.B. weniger Scary-World-Standpunkte aus dem Fernsehen übernehmen, besser zwischen Phantasie und Realität unterscheiden können und weniger aggressiv auf Fernsehkonsum reagieren.

Ergebnisse:

- Den höchsten Aggressionswert erzielten Kinder mit hohem Fernsehkonsum und geringer Gesprächsvermittlung durch Eltern. Am unteren Ende der Aggressionsskala rangieren die Kinder mit niedrigem Fernsehkonsum und hoher Vermittlung. Der Einfluß des elterlichen Vermittlungsstils wird nachdrücklich dadurch unterstrichen, daß die Kinder mit hohem Fernsehkonsum und hoher Vermittlung deutlich geringere Aggressionswerte aufweisen als Kinder mit gleichfalls hohem Fernsehkonsum, die aber auf Vermittlungsleistungen weitgehend verzichten müssen.

Hoher Einfluß von Erziehungsstil bestätigt

- Allgemeine Vermittlungsleistungen der Eltern im Gespräch verbessern außerdem das Fernsehverständnis insofern, als Kinder die Absicht von Werbespots durchschauen und zwischen möglichen und unmöglichen Handlungen in der Wirklichkeit unterscheiden können. Auch sind Kinder mit hoher Vermittlung besser in der Lage, Fernsehsendungen verbal zusammenzufassen. Die Autoren schließen aus ihren Befunden, daß die allgemeine Gesprächskultur in der Familie die kognitiven Fähigkeiten der Kinder im Umgang mit dem Fernsehen mehr verbessert, als dies Fernsehregeln und elterliche Kontrolle des Fernsehkonsums zu bewirken vermögen.
- Hingegen beeinflußt die elterliche Vermittlung nicht das Verständnis für Fernseh-Spezial-Effekte und auch nicht Fernsehwirkungen in Richtung motorische Ruhelosigkeit. Diese sind nach Auffassung der Autoren direkte Effekte von Fernseh-Vielsehen.
- Zur Überraschung der Autoren und im Unterschied zu früheren Ergebnissen (siehe oben) hat weder der Fernseh(gewalt)-Konsum noch der elterliche Vermittlungsstil Einfluß auf eine spätere Scary-World-Perspektive der Kinder. Mit Hilfe einer multiplen Regression kommen die Autoren zu dem Resultat: Nicht das Fernsehen, sondern die eigene Ängstlichkeit der Eltern und eine strenge Erziehung können die Ängstlichkeit der Kinder am besten voraussagen.

Fernsehvielsehen verbessert Verständnis für TV-Spezialeffekte

Korrektur: Ängstlichkeit der Eltern für Scary-World-Sicht der Kinder maßgebend

WOBER, J.M., FAZAL, S., REARDON, G. (1988): *Parental control of children's viewing. Patterns of discipline and of viewing experience*. London: Independent Broadcasting Authority

WOBER, J.M., REARDON, G., FAZAL, S. (1987): *Personality, character aspirations and patterns of viewing among children*. London: Independent Broadcasting Authority.

Die britische „Independent Broadcasting Authority“ befragte in der zweiten Hälfte der 80er Jahre über 1000 Kinder zwischen 5 und 12 Jahren in zwei Wellen. Ziel der Befragung war die Erstellung von Bewertungs-Indices, mit denen die Meinung der Kinder zu einzelnen Sendungen abgefragt werden sollte. Erfaßt wurden die Sehdauer, die Vorliebe für einzelne Sparten (im Rahmen von Kinder- und Erwachsenenprogrammen) und die Meinung der Kinder zu den Sendungen. Weitere Fragen bezogen sich auf die elterliche Kontrolle, die Vorliebe für einzelne

TV-Charaktere und das (eigene) Zukunftsbild. In den Analysen wurden diese Daten mit Sehgewohnheiten in Verbindung gesetzt.

Aus diesem Datenmaterial haben Wober et al. zwischen 1986 und 1989 insgesamt 8 Studien erstellt, deren Ergebnisse hier ausschnittsweise referiert werden.

Ergebnisse im Hinblick auf den Einfluß des Fernsehens und der Eltern:

- Die *Zubettgezeit* erwies sich unabhängig vom Alter der Kinder als bester Prädiktor für Fernsehkonsum. Frühere Zubettgehzeiten gingen mit einer stärkeren Nutzung von Kinderprogrammen einher. *Strengere Eltern* hatten Kinder, die weniger Erwachsenen-Programme sahen.
- Es gab keinen einfachen Zusammenhang zwischen dem Sehen von Abenteuer/Gewalt-Programmen und Aggressivität. Vielmehr differierte der Zusammenhang mit dem Geschlecht. Jungen, die zu Abenteuer/Gewalt-Programmen tendierten, hatten höhere Aggressionswerte. Für Mädchen galt dieser Befund jedoch nicht.
- Im Unterschied zu Singer finden die Autoren auch keinen Zusammenhang zwischen dem Sehen von Cartoons und späterer Aggressivität.
- Im Vergleich zu Wenigsehern zeigten die Kinder-Vielseher von Erwachsenen-Programmen statt der vermuteten Ängstlichkeit sogar größeren körperlichen Mut, wenn sie positive Erwartungen damit verbanden - z.B. beim Verabreichen von medizinischen Spritzen und auf der Achterbahn.
- Wober und seine Mitarbeiter sehen dieses und andere Ergebnisse als Bestätigung von Singers neueren Erkenntnissen, daß zwischen dem generellen Fernseh-Vielsehen und einer Scary-World-Perspektive eine Null-Verbindung besteht (siehe oben).

3.3 Einflüsse der formalen Gestaltung

POTTS, R., HUSTON, A.C., WRIGHT, J.C. (1986): *The effects of television form and violent boys' attention and social behavior*. In: Journal of Experimental Child Psychology, Vol.41, No.1., pp.1-17.

Die Autoren berichten über ein Experiment, das die Auswirkungen von Fernsehinhalten (Gewalt) und formalen Merkmalen von TV (Aktionsgrad) auf die Aufmerksamkeit von Kindern gegenüber Programmen und ihr Sozialverhalten nach dem Fernsehkonsum untersucht.

Methode:

Getestet wurden 64 männliche Kinder im Vorschulalter, die an zwei Experimental-Sitzungen teilnahmen. Die Kinder sahen Zeichentrickfilme und Fernseh-Live-Programme, in denen der Grad an Gewalt (hoch, niedrig) und formale Merkmale (Bewegung, Action) variiert war. Anschließend hatten die Kinder Gelegenheit zu spielen, wobei entweder aggressive oder prosoziale Hinweisreize (Spielzeug) gegeben wurden.

Ergebnisse:

- Viel Bewegung, viel Action verstärkt die Aufmerksamkeit der Kinder beim Sehen des Fernsehprogramms. Liegt viel Bewegung vor, so wird die Aufmerksamkeit durch aggressive Inhalte nicht gesteigert. Bewegung und Action verändert *nicht auf systematischer Weise das soziale Verhalten nach dem Fernsehkonsum*.
- Die Art des Spielzeugs beeinflusst das soziale Verhalten unabhängig vom zuvor gesehenen Fernsehinhalt: Aggressives Spielzeug führt zu aggressivem Spiel- und Sozialverhalten, prosoziales Spielzeug führt zu prosozialem Spiel- und Sozialverhalten.
- Gewalthaltige Fernsehprogramme bedingen eine Veränderung im Interaktionsstil der Kinder unmittelbar nach dem Fernsehkonsum. Die Ergebnisse deuten darauf hin, daß eine Wechselwirkung zwischen Fernsehgewalt und aggressivem Spielzeug das aggressive Verhalten verstärkt. Im Hinblick auf prosoziales Verhalten beobachten die Autoren allerdings ebenfalls eine signifikante Zunahme. Fernsehgewalt führt generell zu größerer Hilfsbereitschaft, vor allem freilich dann, wenn prosoziale Hinweisreize gegeben werden. Der zuletzt genannte überraschende Befund wird im Rahmen der Arousal-Theorie diskutiert. Die Arousal-Theorie besagt, daß die Resterregung aus einem Fernseherlebnis jede Verhaltensweise verstärkt, die durch ein nachfolgendes Handlungsfeld nahegelegt wird. Resümierend kommen die Autoren zu dem Schluß:
- Die Wirkung von Fernsehgewalt hängt stark von der sozialen Umgebung ab. Die Einflüsse einer sozialen Situation können kurzfristige Wirkungen von Fernsehgewalt überlagern und sogar in ihr Gegenteil verändern.

Action und Bewegung aufmerksamkeitssteigernd

Fernsehgewalt kann zu größerer Hilfsbereitschaft führen

Wirkung von Fernsehgewalt stark von der sozialen Umgebung abhängig

Kein einfacher Zusammenhang zwischen Gewaltkonsum und Aggressivität

Korrigierender Befund: Kein Zusammenhang zwischen Cartoonkonsum und späterer Aggression

Kindliche Vielseher von Erwachsenenprogrammen sind mutiger

Dies bedeutet, daß eine geeignete Spielumgebung und andere familiäre Umstände den möglichen Negativwirkungen von Fernsehgewalt entgegenwirken. Die Autoren betonen, daß die gefundenen kurzfristigen Effekte und Nicht-Effekte keinen zwingenden Schluß darüber zulassen, welche langfristigen Wirkungen ein massiver Fernsehgewalt-Konsum hat.

4. Wechselwirkung von Angst und Aggression

In mehreren der oben dargestellten Studien wurden bereits Aussagen darüber getroffen, in welchem Verhältnis die vermuteten Angst- und Aggressionswirkungen von Fernsehgewalt zueinander stehen. Ausdrücklich oder auch unausgesprochen lag zumeist die Auffassung zugrunde, daß Angst und Aggression proportional zueinander wachsen, d.h. umso mehr Angst die Fernsehgewalt vermittelt, desto stärker sind die zu erwartenden Aggressionseffekte und umgekehrt. Diese Auffassung ist nicht unproblematisch. Der finnische Kommunikationswissenschaftler Kaj Björkqvist hat der Überprüfung des Verhältnisses von Angst und Aggression bei der Fernsehrezeption fünf Experimente gewidmet und gerade keinen gleichsinnigen proportionalen Zusammenhang festgestellt.

BJÖRKQVIST, K. (1985): *Violent films, anxiety and aggression*. Experimental studies of violent films on the level of anxiety and aggressiveness in children. Helsinki.

Methode:

Untersucht werden sollten die Auswirkungen von Gewaltdarstellungen auf das Angstniveau von Vorschulkindern und auf deren nachfolgende Aggression sowie die Wechselwirkung zwischen Angst und Aggression. Bei den einzelnen Experimenten wurde entweder die Präsentationsweise der Gewalt, die Sehdauer oder die Anwesenheit einer erwachsenen Begleitperson variiert, um Effekte auf die Filmreaktionen der Kinder zu ermitteln. Björkqvist verwendete in seinen Experimenten neben verbalen Erhebungstechniken auch physiologische Meßverfahren. Die Durchführung von Vortests im Rahmen des ersten Experiments ergab, daß Hautwiderstandsmessungen am besten die Angstreaktionen während der Vorführung von Gewaltfilmen erfassen.

Der Generalbefund aus den fünf Experimenten lautet:

Beim Anschauen von Gewaltdarstellungen durch Kinder ist die Tendenz zur Aggression und die Tendenz zur Ängstlichkeit umgekehrt proportional, d.h. wer sehr ängstlich auf Gewaltdarstellungen reagiert, ist nicht aggressiv, und wer aggressiv reagiert, nicht ängstlich. Angst und Aggression schließen einander als Reaktion auf Gewaltdarstellungen aus.

Je größer die Angstwirkung, desto geringer die Aggression - und umgekehrt

Einzelergebnisse:

Experiment 1 zeigte, daß Mädchen bei gewalttätigen Filminhalten stärker erregt werden und ängstlicher reagieren als Jungen. Das Erregungs-/Angstniveau war bei einer realistischen Präsentation von Gewalt höher als bei einer weniger realistischen, lustigen Darstellungsweise.

Experiment 2 erforschte den Effekt, den ein erwachsener Mitzuschauer auf das Filmleben der Vorschulkinder hat. Bei Kindern, die die Filme alleine betrachteten, lag das Erregungs-/Angstniveau höher als bei Kindern, die dieselben Filme mit einem erwachsenen Mitzuschauer sahen. Sprach der Mitzuschauer beim Betrachten der Filme mit den Kindern, lag deren Angstniveau niedriger als bei einem schweigenden Erwachsenen.

Experiment 3 verglich die Angstreaktionen von aggressiven und weniger aggressiven Jungen beim Betrachten von Fernsehgewalt. Die weniger aggressiven Versuchspersonen zeigten stärkere Erregungs-/Angstreaktionen während des Films als die aggressiven Versuchspersonen.

Experiment 4 untersuchte, ob bei hohem Fernsehgewalt-Konsum eine Desensibilisierung gegenüber Gewalt eintritt. Die Ergebnisse *bestätigen die Desensibilisierungsthese*, die eine Abnahme der Angstreaktion nach massivem Fernsehgewalt-Konsum postuliert. Der Desensibilisierungseffekt war bei nichtaggressiven Versuchspersonen noch größer als bei den aggressiven Versuchspersonen. Dies könnte unter Umständen Aggressionswirkungen im kognitiven Bereich erleichtern. Björkqvist betont jedoch, daß dies nach heutigen Erkenntnissen noch eine Spekulation darstellt.

Experiment 5 befaßte sich mit Wirkungen von gewalthaltigen Filmen auf die nachfolgende Aggression und der Wechselwirkung von Erregungs-/Angstreaktionen und Aggres-

Fördert Angst Aggressionen?

sionssteigerung. Gewaltdarstellungen, die auf eine lustige Art und Weise präsentiert wurden, steigerten die nachfolgende Aggression, während dies bei realistischen Gewaltdarstellungen nicht der Fall war. Dieser Effekt trat bei aggressiven Versuchspersonen wesentlich stärker zutage als bei weniger aggressiven. Bei Jungen war der Aggressionsanstieg geringfügig höher als bei Mädchen. Nachgewiesen wurde außerdem eine negative Korrelation ($r = -0.48$) zwischen der Erregung, die Ängstlichkeit anzeigt, und dem Anstieg der nachfolgenden Aggression: Je weniger ängstlich sich das Kind beim Betrachten der Filme fühlte, desto größer war der aggressionssteigernde Effekt und umgekehrt: Je ängstlicher das Kind reagierte, desto weniger wurde die Aggression gefördert oder ließ sogar nach.

Björkqvist schließt daraus:

Negative Beziehung zwischen Ängstlichkeit und Einstellung zur Gewalt

All diese Resultate scheinen die Hypothese einer negativen Beziehung zwischen Ängstlichkeit und der Einstellung zur Gewalt zu bestätigen.

5. Kinder und Werbung

Im folgenden werden cursorisch einige Resultate der Forschung zur Wirkung des Werbefernsehens auf Kinder vorgestellt. Da wir uns in diesem Bereich auf drei Überblicksdarstellungen von Condry (1989), Greenfield (1987) und Harris (1989) stützen, muß der angegebene Autor nicht unbedingt gleich dem Verantwortlichen für die betreffende Studie sein. Im Text sind Bezüge zu anderen Studien vermerkt, die sich im bibliographischen Teil unter Punkt F „Kinder, Jugend, Werbung“ finden lassen.

CONDY, J. (1989): *The psychology of television*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.

GREENFIELD, P.M. (1987): *Kinder und neue Medien: Die Wirkung von Fernsehen, Videospiele und Computern*, München (u.a.): Psychologie Verlags Union.

HARRIS, R.J. (1989): *A cognitive psychology of mass communication*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.

Was wird in Kinderprogrammen beworben, was wird gesehen?

- In amerikanischen Kinderprogrammen – die deutschen und westeuropäischen Verhältnisse unterscheiden sich hier nur unwesentlich – werden nach Angaben von Barcus (1980) zu über 80% vier Produktarten beworben: Cornflakes, Spielsachen, Süßigkeiten und Fast-Food-Restaurants. Der Anteil extrem zuckerhaltiger Nahrungsmittel ist besonders hoch.
- Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, daß das sogenannte Kidvid-Ghetto nur einen kleinen Teil der Zeit ausmacht, in der Kinder fernsehen. Kidvid repräsentiert nur 24% der Sehdauer der 6-jährigen Amerikaner und nur 5% der 11-jährigen. Den Rest ihrer Zeit verbringen die Kinder mit Erwachsenen-Programmen.

Wie wirksam ist Kinderwerbung?

Bereits Studien aus den 70er Jahren belegen, daß Werbespots, die für Nahrungsmittel und Kinderspielzeug werben, bei Kindern den Wunsch nach dem Produkt erregen und die Kinder veranlassen, ihre Eltern nach diesem Produkt zu fragen. Dadurch werden nicht selten Eltern-Kind-Konflikte provoziert, wobei sich in vielen Fällen die Kinder durchsetzen; denn es ist statistisch signifikant, daß Kinder in der Tat die beworbenen Produkte auch konsumieren. Das bedeutet, daß Kinderwerbung in allen Punkten der beabsichtigten Wirkung auch effektiv ist.

Kinderwerbung wirksam

Unbeabsichtigte Nebenwirkungen

- Werbespots im allgemeinen und Kinder-Werbespots im besonderen zeichnen sich durch eine Reihe formaler Charakteristika aus, die Aufmerksamkeit erregen sollen: z.B. schnelle Schnitte, Action, ungewöhnliche Sound- und Bildeffekte. Greer und seine Kollegen fanden heraus (1982), daß hochauffällige Werbespots bei Kindergartenkindern mit Aggressionen einhergehen, die vermutlich aus dem Erregungspotential der angesprochenen formalen Charakteristika stammen.
- Vielseher unter den Kindern nehmen weniger die Ernährungsinformationen in den Werbespots wahr, als vielmehr

Aggressionssteigerung durch schnelle Schnitte

Bestätigung von Geschlechterrollen

- die Vorstellung von „Spaß beim Essen“, insbesondere im Hinblick auf Süßigkeiten.
- In einem Experiment hat Tan (1979) Schülerinnen Werbefilme vorgeführt, die die Bedeutung körperlicher Schönheit besonders betonten. Im Gegensatz zu einer Kontrollgruppe, der diese Filme nicht vorgeführt wurden, waren die Teilnehmerinnen der Experimentalgruppe bei einer nachfolgenden Befragung eher bereit, Aussagen, die die Wichtigkeit körperlicher Schönheit betonten, zuzustimmen. Auch andere Studien belegen den Einfluß, den Werbung auf kindliche Geschlechtsrollenbilder nimmt.

Unterscheidungsfähigkeit von Programm und Werbung

- Durch Studien ist belegt, daß Vorschulkinder meist nicht verstehen, daß Werbespots Produkte verkaufen wollen. Grundschüler, die auf ihr Verständnis von Werbung hin getestet wurden, zeigen verschiedene Entwicklungsstufen beim Verständnis des Werbezwecks.
- Die Unterscheidung von Werbung und Programm ist dann erschwert, wenn wichtige Personen einer Show zugleich die Sprecher in einem nachfolgenden Werbespot sind.
- Kinder werden mit zunehmendem Alter mißtrauischer gegenüber Werbung. Die meisten 5- bis 7-jährigen meinen, daß Werbespots die Wahrheit sagen; demgegenüber sind ältere Kinder deutlich weniger vertrauensvoll. In einer Studie mit 300 Jungen (1. bis 5. Klasse) von Robertson und Rossiter (1974) wurde die Vertrauenswürdigkeit erhoben, die Kinder Werbebotschaften beimessen. Alle untersuchten Altersgruppen waren der Ansicht, daß Werbung eine gute und nützliche Information über das Produkt darstellt. Das Verständnis für die Überredungsabsicht von Werbespots stieg von der ersten bis zur fünften Klasse dramatisch an. Erstkläßler waren nicht in der Lage, die Überredungsabsicht zu durchschauen. Sie ließen daher auch jede „Abwehr“ gegen die Werbebotschaft vermissen. Äußerungen von Zweitkläßlern zu Werbespots drehen sich typischerweise um die Wahrhaftigkeit bzw. den Mangel an Wahrhaftigkeit von Werbung. Jedoch basiert das Mißtrauen selbst bei Viertkläßlern noch nicht auf der wahrgenommenen Verkaufsabsicht des Spots.

Mit zunehmendem Alter mißtrauischer

- Auch wenn Kinder mit zunehmendem Alter bewußter und „zynischer“ in ihrem Verhalten gegenüber Werbespots werden, gibt es keine Hinweise darauf, daß damit auch die Beeinflußbarkeit durch Werbung nachläßt.

Beeinflußbarkeit durch Werbung altersunabhängig

Programme als Werbung

Noch relativ neu im Bereich der Kinderwerbung ist das „Commercial-As-Show“-Phänomen. Vorzugsweise Spielsachen werden zum Anlaß für Fernsehshows und Zeichentrickserien. 1983 schaffte der populäre He-Man von Mattel den Sprung ins Fernsehen und avancierte binnen eines Jahres zum Bestseller des Spielzeuggeschäfts in Amerika. 1987 gab es bereits 40 Shows mit einer ähnlichen Verbindung zu Spielsachen, die auch den europäischen Fernsehmarkt eroberten, z.B. „The Transformers“, „She-Ra: Princess of Power“, „The Real Ghostbusters“ u.a.m.

Neueste Tendenzen der Kinderwerbung aus den USA

Spielzeughersteller ohne eine entsprechende TV-Verbindung berichten von Schwierigkeiten, ihre Produkte zu verkaufen. Es gab schon immer die Tendenz, aus Anlaß erfolgreicher Fernsehshows Spielwaren zu produzieren (siehe z.B. Mickey Mouse). Heute jedoch hat sich die Beziehung umgedreht: Spielsachen verkaufen zu wollen, wird zum Anlaß für die Produktion von Fernsehprogrammen.

Interaktives Fernsehen in Amerika

Brandneu sind in Amerika Kinderprogramme, die mit Hilfe von Hochfrequenztönen oder Lichtsignalen den Zuschauern signalisieren, wann sie ihr Spielzeug interaktiv betätigen sollen. Z.B. laden „Captain Power and the Soldiers for the Future“ die jungen Zuschauer ein, Punkte zu sammeln, indem sie mit ihrem 30\$-Mattel-Power-Jet auf den Bildschirm feuern. Die Treffer werden elektronisch erfaßt und die Punktzahl wird dem Spieler mitgeteilt. Im Vergleich zu früheren Shows besteht das Ziel des Programms nicht nur darin, zum Kauf des Spielzeugs anzuregen; vielmehr ist das Spielzeug notwendig, um den Spaß an der Fernsehsendung voll ausschöpfen zu können.

6. Positive Effekte des Fernsehens

Positive Effekte des Fernsehens z.B. auf das prosoziale Verhalten von Kindern wurde vor allem im Zusammenhang mit klassischen Kinderprogrammen wie „Sesamstraße“ untersucht. Da solche pädagogisch unproblematischen Sendungen in der Regel nicht die einzige Fernsehkost für Heranwachsende darstellen, soll allgemeiner nach Bedingungen und Prozeßverläufen für positive Fernsehwirkungen gefragt werden. Die erste Studie befaßt sich mit Untersuchungen zur Rolle der Empathie im Fernseherleben von Kindern und der Möglichkeit durch Fernsehen in Sozialverhalten einzuüben. In der zweiten Studie von Reid und Frazer geht es um das Verhältnis von Fernsehen und Spiel. Danach stellen wir Untersuchungen von Rice und Woodsmall vor, die mit den Auswirkungen des Fernsehens auf die Sprachentwicklung thematisieren; und schließlich wollen wir abschließend mit Haslett darauf hinweisen, daß Fernsehen eine kommunikative Tätigkeit darstellt, für die besondere Fähigkeiten erworben werden müssen.

FESHBACH, N.D. (1989): *Fernsehen und Empathie bei Kindern*. In: J. Groebel, P. Winterhoff-Spurk (Hg.), *Empirische Medienpsychologie*. München: Psychologie Verlags Union, S.76-89.

Definition von Empathie:

Empathie ist eine von einem Betrachter und einem Betrachteten geteilte Emotion, ein gemeinsames Gefühl von Subjekt und Objekt in einer Interaktion. Ich sehe, daß eine Person in meiner Umgebung unglücklich ist. Ich fühle mich ebenfalls unglücklich. Ich beobachte, daß jemand glücklich ist. Ich reagiere darauf mit einem ähnlichen Gefühl (Feshbach 1989: 77). Allerdings können empathetische Reaktionen auch situationsbezogen auftreten, d.h. ich sehe eine bedrohliche Situation, die auf wen auch immer zukommt, ohne daß ich selbst unmittelbar betroffen bin. Obwohl keine andere Person, die als empathetisches Objekt dienen könnte, greifbar ist, fühle ich mich so, als ob ich mich in einer Gefahr befände. Dies trifft in Fernsehsituationen häufig zu.

Befunde zum Verhältnis von Fernsehen und Empathie:

- Davis (1984) stellte fest, daß empathische Personen im Vergleich zu weniger empathischen Personen insgesamt mehr fernsehen. Die empathischen reagierten außerdem mit größerer Hilfsbereitschaft auf einen Spendenaufruf für Muskelschwund-Patienten. Offen ist nach Feshbach allerdings, ob intensiver Fernsehkonsum die empathischen Fähigkeiten steigert oder vermindert.
- Prosoziales Verhalten steht in enger Beziehung mit Empathie: Videobänder, die helfendes Verhalten zeigten, lösen sowohl bei Erwachsenen als auch bei jungen Zuschauern Empathie und Hilfsbereitschaft aus. Eine Gruppe fünfjähriger Kinder, die unter experimentellen Bedingungen eine Sendung „Lassie“ sahen (Lassies Herrchen riskiert sein Leben, um Lassies Junges zu retten), zeigte eine größere Bereitschaft, jungen Hunden aus einer Notlage zu helfen, auch wenn dies mit „Kosten“ für sie verbunden war.
- In einem anderen Experiment, ebenfalls mit „Lassie“, wurde als Folge der Einfühlung in den sympathischen Protagonisten eine signifikante Abnahme der Angst vor großen Hunden beobachtet.
- Übungsprogramme, bei denen Kinder ein Fernsehtraining in Empathie absolvierten, hatten eine Verstärkung des prosozialen Verhaltens zur Folge. Allerdings ist die Beziehung zwischen Empathie und prosozialem Verhalten wie Teilen, Kooperation, Großzügigkeit und Hilfeleistung weniger konsistent als die negative Beziehung zwischen Empathie und antisozialem Verhalten. Die Autorin schließt daraus: Empathie verhindert Aggression und Delinquenz.

REID, L.N., FRAZER, C.F. (1980): *Television at play*. In: *Journal of Communication*, 30, pp.66-73.

Methode:

Reid und Frazer gehen der Frage nach, inwieweit das Fernsehen Kinder zum Spielen anregt. Um dies zu klären, beobachteten sie Geschwister, die zusammen fernsahen und protokollierten ihre (Spiel-)Verhaltensweisen.

Zusammenhang zwischen Empathie und Fernsehen

Nachahmung von TV-Modellen des Helfens

Fernsehtraining in Empathie fördert prosoziales Verhalten

Empathie verhindert Aggression

Diese Beobachtungen wurden über jeweils eine Stunde lang mehrmals über den Zeitraum von drei Monaten hinweg durchgeführt.

Ergebnisse:

TV-Anregungen für das kindliche Spiel

- Kinder gewinnen aus dem Fernsehen Anregungen für ihr Spiel. Sie spielen Fernsehsendungen nach oder verwenden zielgerichtet Anregungen, die ihnen das Fernsehen vermittelt, um eigene Spielhandlung zu kreieren. Kinder kopieren beim Spiel nicht einfach das, was sie sehen, sondern sie entwickeln es kreativ weiter.
- Außerdem funktionieren Kinder häufig das Fernsehgerät selbst zu einem konstituierenden Element ihres Spieles um. Aufgrund der Integration des Fernsehens in das kindliche Spielverhalten sehen die Autoren positive Wirkungsmöglichkeiten dann als gegeben an, wenn Fernsehen den Kindern hilft, Rollen einzuüben, die sie später einmal übernehmen sollen.
- Ermutigend erscheint der letzte, durchaus überraschende Befund: Für die Fähigkeit der Kinder, Fernsehen in ihr Spiel miteinzubeziehen, ist nicht ihr Alter, sondern die Sehhäufigkeit ausschlaggebend.

Sehhäufigkeit für positiven Effekt ausschlaggebend

RICE, M.L., WOODSMALL, L. (1988): *Lessons from television: Children's word learning from viewing*. In: *Child Development*, Vol.59, pp.420-429.

Methode:

Die Autorinnen berichten über zwei Untersuchungen, die die Beziehung von Spracherwerb und Fernsehen bei Kindern zum Gegenstand hatten. Die erste Studie ist eine von Rice et al. durchgeführte zweijährige Langzeitbeobachtung zur Wortschatzentwicklung von 325 2- bis 4-jährigen Kindern. Die zweite, ausführlicher dargestellte Studie ist eine Experimentaluntersuchung mit 61 3 und 5 Jahre alten Kindern zur Frage, inwieweit durch Cartoons ohne den üblichen Gewalt- und Action-Anteil die Sprachentwicklung gefördert werden kann. Die Kinder sahen zwei Zeichentrickfilme mit einem Käfer, dessen Violine zerbricht bzw. mit einem Maulwurf, dessen Recorder beim Aufnehmen von Vogelstimmen kaputt

geht. In den Filmen waren 20 Zielwörter implementiert, die normalerweise nicht in Gesprächen von Kindern des gegebenen Alters vorkommen. Danach wurden die Wörter durch das Zeigen entsprechender Bilder abgefragt.

Ergebnisse:

- Der erste bei der Langzeitbeobachtung durchgeführte Vokabeltest ließ keine Rückschlüsse auf die Häufigkeit des späteren Fernsehkonsums zu; ein ausgeweiteter Wortschatz beim zweiten Test korrespondierte jedoch mit der Vorliebe für bestimmte Sendungen:
- Regelmäßige Seher der „Sesamstraße“ erreichten im zweiten Vokabeltest bessere Werte als solche, die actionbetonte Cartoons bevorzugten.
- Dieses Ergebnis wurde auch durch das Experiment unterstützt, bei dem die Kinder zwei Filme mit neuen Wörtern sahen. Vielseher der „Sesamstraße“ verstanden die neuen Wörter im Durchschnitt besser als die Vielseher herkömmlicher Cartoons. Allerdings gab es auch Gemeinsamkeiten zwischen den Sehergruppen. So war der Lerneffekt in Abhängigkeit von der Wortart in beiden Gruppen mit neuen Wörtern signifikant positiv: Aktionsbezogene Substantive, Tätigkeitswörter und bestimmte Adjektive wurden von allen Versuchsteilnehmern besser gelernt als gefühlsbezogene Ausdrücke. Die Autorinnen kommen zu dem Schluß:
Fernsehen kann in der Tat der Vermittlung neuer Wörter dienen. Dieser Effekt wird durch pädagogisch konzipierte Sendungen noch verstärkt.

Sesamstraße verbessert Spracherwerb

Vermittlung neuer Wörter durch Fernsehkonsum

HASLETT, B., ALISON, A. (1988): *Developing communication skills*. In: R.P. Hawkins, J.M. Wiemann, S. Pingree (eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*. Sage annual reviews of communication research, Vol.16, Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage.

Kommunikative Fähigkeiten entwickeln sich nach Haslett und Alison auf zwei Ebenen, die miteinander verflochten sind: Primär ist die interpersonale, d.h. zwischenmenschliche Kommunikation, in der die Familie und die Gruppe Gleichaltriger die stärksten Vermittler sind. Daneben müssen Kin-

der aber auch den Zeichencode des Fernsehens verstehen lernen. Auf der Ebene des Fernsehens liefert das Medium den Interaktionskontext, in dem das Kind seine Fernseherfahrungen anwenden und seine Fernsehfähigkeiten vervollkommen kann. Mediale Kommunikation benötigt laut Meinung der Autoren mehr Planung, der Vorteil der interpersonalen Kommunikation ist die direkte Rückmeldung vom Partner. Interpersonale Kommunikation ist die Voraussetzung der medialen Kommunikation. Ohne die Erlernung der Sprache, wie sie in der interpersonalen Kommunikation geschieht, ist keine sinnvolle mediale Kommunikation möglich.

Kommentar:

Die Entscheidung darüber, ob Fernsehen negative oder positive Wirkungen zeitigt, hängt wesentlich von der Fähigkeit der Zuschauer ab, mit dem Fernsehcode souverän umzugehen. Um diese Fähigkeit optimal zu entfalten, ist es notwendig, daß die Versprachlichung der Fernseherfahrung ein Minimum nicht unterschreitet.

**Fernsehkompetenz
entscheidend für
Fernsehwirkung**

Teil 2 Nutzungsforschung

Bildschirmerfahrungen von Kindern und Jugendlichen bleiben seit dem Aufkommen von Videorecordern, Videokameras und Computern nicht auf das Fernsehen beschränkt. Die großen deutschen Jugendmedienstudien der 80er Jahre (z.B. Bonfadelli et al., Lukesch, Spanhel) sind daher nicht auf das Fernsehen beschränkt, sondern auf den parallelen Mediengebrauch einer Multimedia-Generation ausgerichtet. Bemühungen um Jugendschutz haben auf diese Entwicklung Rücksicht zu nehmen. Im folgenden gehen wir daher sowohl auf die Fernseh- als auch auf die Videonutzung von Kindern und Jugendlichen ein. Wir werden dabei mehr als bisher Zahlenmaterial ausbreiten, das wir dort, wo ein schneller Überblick und eine Veranschaulichung zu erreichen ist, tabellarisch darstellen.

**Multimedia-
Generation**

7. Fernsehnutzung von Kindern und Jugendlichen

LUKESCH, H. (1989): *Jugendmedienstudie*. Nutzung und Wirkung ausgewählter Medien bei Kindern und Jugendlichen. Eine Multi-Medien-Untersuchung über Fernsehen, Video, Kino, Video- und Computerspiele sowie Printprodukte. Regensburg: Roderer Verlag. [abgekürzt: LUK89]

VAN EIMEREN, B., LÖHR, P. (1991): *Kinderfernsehen und gesellschaftliche Verantwortung*. Beitrag zu einer notwendigen Diskussion. In: *Media Perspektiven* H.10/1991, S.649-660. [abgekürzt: EIM91]

DARSCHIN, W., FRANK, B. (1992): *Tendenzen im Zuschauerverhalten*. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 1991. In: *Media Perspektiven*, H.3, S.172-187. [abgekürzt: DAR92]

- Die Nutzung der audiovisuellen Medien in der BRD beginnt oftmals bereits im dritten Lebensjahr. Studien ergaben für 3- bis 6-jährige eine wöchentliche Nutzungsdauer von knapp 6 Stunden, für 10- bis 13-jährige stieg dieser Wert auf über 12 Stunden an. [LUK89]
- Die Nutzungshäufigkeit, gemessen an der Anzahl der Tage, an denen man fernsieht (inclusive Video), ist stark vom Alter sowie von der Bildung abhängig. 84% der 12- bis 13-jährigen sehen täglich fern, bei den 22- bis 23-jährigen sinkt dieser Anteil auf 57%. 74% der Volksschüler sehen täglich fern, aber nur 61% der Abiturienten. [LUK89]

**TV-Nutzung
alters- und
bildungsabhängig**

- Sowohl bei der Beliebtheit als auch bei der Sehhäufigkeit einzelner Sendungskategorien lagen die unterhaltungsorientierten Programme deutlich vor den informationsorientierten Programmen. [LUK89]
- Sehhäufigkeit korrelierte positiv mit der Vorliebe für gewalt- und unterhaltungsorientierte Sendungen. [LUK89]
- Obwohl in den letzten Jahren das Fernsehangebot rapide gewachsen ist, hat sich nach den Messungen der GfK weder die Tagesreichweite noch die durchschnittliche Sehdauer der 6- bis 13-jährigen erhöht:

Sehdauer pro Tag der Kinder zw. 6 und 13 Jahren in westlichen Fernsehhaushalten 6-6 Uhr, Mo-So, Minuten

	6-9 Jahre	10-13 Jahre	6-13 Jahre
1986	076	110	093
1987	075	103	088
1988	078	097	087
1989	077	095	086
1990	078	095	087

[EIM91]

Verkabelung wirkt primär auf Erwachsene

- Van Eimeren und Löhr fügen diesem Befund hinzu: „Ob ein Haushalt verkabelt ist und zehn und mehr Programme empfangen kann, wirkt sich vor allem bei den Erwachsenen, weniger bei den Kindern aus: Während Erwachsene in verkabelten Haushalten 1990 25 Minuten pro Tag länger fernsahen als Erwachsene ohne Privatsenderempfang, schauten Kinder aus Kabelhaushalten lediglich 6 Minuten pro Tag länger fern als Kinder in Haushalten, die keine Privatprogramme empfangen können.“ [EIM91: 650]
- Nach den Erkenntnissen von Darschin/Frank, die wie Eimeren/Löhr auf der Basis von GfK-Daten argumentieren, hat sich 1991 die Sehdauer der 6- bis 13-jährigen auf 93 Minuten pro Tag erhöht; der Abstand der Sehdauer bei Kindern in verkabelten und nichtverkabelten Haushalten ist 1991 ebenfalls leicht angestiegen. [DAR92]

Sehdauer von Kindern nur leicht erhöht

Vergleich der westdeutschen mit ostdeutschen Haushalten

	WEST	OST
Einschaltdauer In Min./Tag	250	304
Sehdauer der Erwachsenen in Min.	153	189
Sehdauer der Kinder 6-13 Jahre in Min.	092	132

[DAR92]

- Die Sehdauer ist bei Erwachsenen und Kindern in den neuen Bundesländern um rund ein Drittel höher als in Westdeutschland.

Höherer Fernsehkonsum in den neuen Bundesländern

8. Videonutzung von Kindern und Jugendlichen

Im folgenden werden Ergebnisse aus zwei großen Jugendmedienstudien (Lukesch und Spanhel) referiert, die u.a. das Videoverhalten von Jugendlichen untersuchten. Da hier Vorlieben und Motive von Jugendlichen bei der Nutzung von audiovisuellen Massenmedien deutlich werden, haben wir uns bemüht, aussagekräftiges Zahlenmaterial zusammenzustellen. In Anbetracht der unterschiedlichen Methoden und häufig anzutreffender Widersprüche und Unklarheiten in den Zahlen und zwischen den Zahlen verschiedener Autoren, wurden nur solche Tabellen berücksichtigt, die aufgrund der ausgewiesenen Methoden wissenschaftlich gesichert und durch Quervergleiche auch inhaltlich plausibel erschienen. Ziel bei der Analyse des Videoverhaltens ist es, die Rahmenbedingungen zu skizzieren, in dem das jugendliche Fernsehverhalten angesiedelt ist. Jugendschützerische Maßnahmen im Fernsbereich werden das Nutzungsverhalten bei Videos beeinflussen und umgekehrt. Im Videobereich deuten sich im übrigen auch mögliche Zukunftsentwicklungen des jugendlichen Fernsehverhaltens an, wenn eine entsprechende Angebotssituation besteht.

LUKESCH, H. (1989): *Jugendmedienstudie. Nutzung und Wirkung ausgewählter Medien bei Kindern und Jugendlichen*. Eine Multi-Medien-Untersuchung über Fernsehen, Video, Kino, Video- und Computerspiele sowie Printprodukte, Regensburg: Roderer Verlag [abgekürzt: LUK89].

SPANHEL, D. (1990): *Jugendliche vor dem Bildschirm*. Neueste Forschungsergebnisse über die Nutzung der Videofilme, Telespiele und Homecomputer durch Jugendliche, Weinheim: Deutscher Studien Verlag [abgekürzt: SPA90].

Methode:

- Die Studie von Lukesch wurde als Fragebogenerhebung durchgeführt. Zielgruppe waren 13- bis 16-jährige Kinder und Jugendliche (mit gewissen Unschärfen in den Altersrandbereichen). Die Erhebung fand zwischen März und Juli 1985 mit 4089 Probanden statt. Den Hauptfragebogen füllten alle aus, während Teilfragebögen zu Wirkungsaspekten jeweils von einer Teilstichprobe bearbeitet wurden. Repräsentativität versuchte der Autor nach eigenen Angaben über eine Schulartquotierung zu erreichen.
- Spanhel führte zwei schulartübergreifende „Repräsentativbefragungen“ 1985 und 1987 durch. An der ersten Erhebung nahmen 1784 Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 20 Jahren teil. Die Nachfolgeuntersuchung umfaßte eine Stichprobe von 2086 Befragungspersonen.

In den folgenden Abschnitten 8.1 bis 8.4 werden wir die Ergebnisse der beiden Studien im Hinblick auf den Videokonsum Jugendlicher tabellarisch zusammenfassen.

8.1 Vorlieben für Video-Genres

Sehhäufigkeit von Video-Filmgenre und Gefallen (Mittelwerte, Rangreihe, Geschlechtsunterschied)

Sehhäufigkeit:

1 (sehr häufig) - 5 (nie); Gefallen: 1 (sehr gut) - 5 (gar nicht)

Basis sind die Jugendlichen, die Zugang zu Video haben

	Sehhäufigkeit		Gefallen	
	m	Rpl.	m	Rpl.
Action	2,56	01	2,21	02
Abenteuer	2,58	02	2,16	01
Science Fiction	2,72	03	2,58	03
Grusel	3,05	04	2,71	06
Videoclips	3,11	05	2,67	05
Kung fu	3,23	06	2,81	08
Western	3,24	07	2,62	04
Horror	3,30	08	3,02	13
Musikfilme	3,31	09	2,83	09
Krieg	3,31	10	3,02	13
Liebe	3,38	11	2,01	12
Krimi	3,43	12	2,76	07
Fantasy	3,47	13	2,87	10
Zeitvertrieb	2,64	14	2,92	11
Sex	3,83	15	3,51	15
Heimat	3,93	16	3,69	16
Problem	4,09	17	3,70	17

[LUK89: 121f]

- Action und Abenteuer, die über einen hohen Gewaltanteil verfügen, rangieren in der Beliebtheit der Jugendlichen ganz oben. Horrorfilme mit extremen Gewaltszenen liegen der Sehhäufigkeit nach auf Platz 8 vor Musik-, Kriegs- und Liebesfilmen. Die Sexfilme liegen dagegen abgeschlagen auf dem drittletzten Platz und können gerade die von Jugendlichen ungeliebten Heimat- und Problemfilme hinter sich lassen.

8.2 Sozialprofil von Horror- und Sexvideo-Konsumenten

Soziodemographische Merkmale von jugendlichen Videosehern mit unterschiedlichem Verhältnis zu Horrorvideos (Prozent der Videonutzer)

Gefallen von Horrorvideos	Summe	Geschlecht		Schulart			Sozialschicht		
		M	W	HS	RS	GY	OS	MS	US
sehr gut/gut	42,7	51,6	32,6	52,0	40,8	21,7	34,5	40,9	45,5
mittelmäßig	13,9	13,2	14,6	12,8	15,4	14,3	12,1	16,7	12,7
(eher) nicht	43,4	35,2	52,8	35,2	43,8	64,1	53,4	42,4	41,9
N	7675	3441	1236	1344	845	484	472	651	1202
p									
Konsumhäufigkeit von Horrorvideos									
sehr häufig/häufig	33,6	40,4	26,1	41,6	32,0	16,1	27,0	31,7	36,1
manchmal	16,5	17,2	16,1	18,3	17,6	10,4	12,2	19,0	17,2
selten/nie	49,9	42,4	57,8	40,1	50,4	73,5	60,7	49,2	46,8
N	7642	3441	1225	1337	847	479	466	646	1201
p									

[LUK89: 127]

- Alle sozialen Gruppen sind in der Horrorfan-Gemeinde vertreten, wenn auch einige Gruppen gemessen an ihrer Zahl in der Bevölkerung überrepräsentiert sind. Dies gilt vor allem für männliche Hauptschüler aus der Unterschicht.

Soziodemographische Merkmale von jugendlichen Videosehern mit unterschiedlichem Verhältnis zu Sexvideos (Prozent der Videonutzer)

Gefallen von Sexvideos	Summe	Geschlecht		Schulart			Sozialschicht		
		M	W	HS	RS	GY	OS	MS	US
sehr gut/gut	29,5	41,1	16,2	33,3	30,7	17,9	26,9	31,7	28,2
mittelmäßig	13,3	15,6	10,4	13,9	13,4	11,0	10,0	10,4	15,8
(eher) nicht	57,2	43,3	73,4	52,9	55,8	71,1	63,1	58,0	56,1
N	7696	1483	1232	1335	849	481	469	647	1200
p			**		**			**	
Konsumhäufigkeit von Sexvideos									
sehr häufig/häufig	20,3	28,7	10,4	24,8	20,0	08,3	15,4	20,3	20,4
manchmal	13,8	17,5	10,0	16,1	13,8	08,9	11,1	13,4	14,7
selten/nie	65,8	53,8	79,6	59,1	66,2	82,8	73,6	66,3	64,7
N	7653	1441	1230	1336	848	482	469	649	1198
p			**		**			**	

[LUK89: 130]

- Die Akzeptanz von Sexvideos ist wesentlich geringer als die von Horrorvideos. Dies gilt vor allem für Mädchen. Im Unterschied zum Horror-Konsumenten ist das Sozialprofil der Sexvideo-Konsumenten insgesamt ausgeglichener und stärker mittelschichtsorientiert. Deutlich unterrepräsentiert sind hier die Gymnasiasten und Oberschichtskinder. Nicht auszuschließen ist, daß dabei auch Effekte der sozialen Erwünschtheit eine Rolle gespielt haben.

8.3 Motive des Horrorkonsums

Warum schauen Jugendliche Horror- und Gewaltfilme an?

Prozentanteil der Motive für „trifft ziemlich zu“ und „trifft völlig zu“

	Geschlecht	Schulart	Altersgruppen					
	M	W	HS	RS	GY	10-13	14-16	17-20
Motive für Horrorkonsum								
Spannung/Nervenkitzel	48,7	39,9	44,9	48,2	40,5	39,4	47,2	44,5
Action	43,5	23,1	38,1	32,6	26,9	34,0	38,2	27,4
macht-Spaß	31,6	22,6	33,5	22,4	21,5	26,5	30,4	25,0
Neugierde	29,7	27,6	30,2	26,8	21,5	26,7	25,4	31,3
Langeweile	11,5	09,7	12,3	09,0	09,4	08,8	11,7	10,4
Verbotenes schauen	10,8	05,3	10,5	05,9	05,5	12,7	08,3	05,4
andere schauen auch	07,1	07,1	08,6	06,4	04,8	11,9	05,5	06,6
Mutprobe	04,7	04,9	02,7	00,8	04,3	02,8	04,6	04,1
N	629	552	572	366	228	254	489	384

[SPA90: 126f]

Spannung/ Nervenkitzel

- Die wichtigsten Motive des Horrorkonsums sind „Spannung/Nervenkitzel“ und „Action“, die intensive Erlebnisse versprechen. Konsumenten von Horrorfilmen suchen also keineswegs aktiv Vorlagen für den aggressiven Gebrauch, sondern in erster Linie Gefühlswerte, um ihre Stimmungen zu regulieren. Dieser Befund gilt unabhängig vom Geschlecht, der Bildung und dem Alter.

- Zwischen 5 und 13% der Befragten geben an, daß sie Horrorvideos schauen, weil es etwas Verbotenes ist. Gerade die jüngsten Horrorkonsum-Einsteiger zwischen 10 und 13 Jahren erreichen den Spitzenwert. Verbote steigern offensichtlich den Reiz zusätzlich.
- Überraschenderweise scheint ein explizites Mutproben-Motiv nur selten vorzuliegen. Am ehesten wollen sich noch junge Hauptschüler bei Horrorfilmen bewähren. Doch dürften sich hinter dem Zuwendungsgrund „Spannung“ und „Verbotenes“ ebenfalls latente Erprobungs- und Bewährungsmotive verbergen. Schließlich bedeutet „Spannung“ auszuhalten nichts anderes, als sich spielerisch mit Gefühlen in menschlichen Grenzbereichen zu konfrontieren.

Verbotenes

Mutprobe

8.4 Konsum indizierter Videos

Untersuchungen, die zwischen 1984 und 1986 in verschiedenen Städten Westdeutschlands (Hamburg, Schweinfurt, Nürtingen, Ennepetal, Hannover, Erlangen und Frankenthal) durchgeführt wurden, ergaben, daß zwischen 31 und 71% der befragten Jugendlichen mindestens einmal Kontakt mit indizierten Videos hatten. Der Anteil, den indizierte Videos an allen gesehenen Videos ausmachen, schwankt zwischen 12,7% in Hannover und 21% in Hamburg. Glogauer (1985) gibt für indizierte Videos bei Realschülern einen Videokonsum-Anteil von 21,7% an [LUK89: 131]. Auf dem Höhepunkt der Anti-Horror-Kampagne war ein geschätztes Fünftel des jugendlichen Videokonsums dem inkriminierten Bereich zugerechnet. Von einer Wirksamkeit der Kampagne kann also nicht ausgegangen werden.

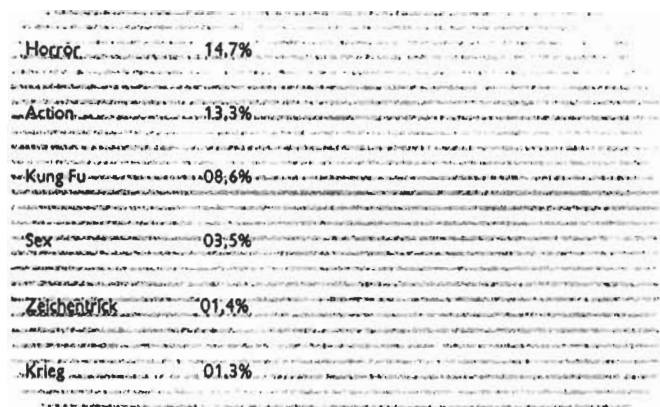
Kaum Wirkungen
der Anti-Horror-
Kampagne

Da 1992 noch wesentlich mehr Titel indiziert sind als Mitte der 80er Jahre und zugleich die Akzeptanz von Horrorvideos angestiegen ist, liegt die Vermutung nahe, daß der Anteil indizierter Videos am jugendlichen Videokonsum heute eher noch höher liegt. Lukesch schätzt ihn auf 20 bis 30%. Ein Beschaffungsproblem indizierter Videos besteht für Jugendliche jedenfalls nicht.

Daß die indizierten Filme den Jugendlichen gut gefallen, belegt Lukesch damit, daß 32,6% der Konsumenten von indizierten Videos diese auch in der Liste derjenigen Filme aufführen, die ihnen besonders gut gefallen haben. In der Liste der nichtgefallenden Videos beträgt der entsprechende

Anteil nur 9,5%. Indizierte Filme machen von allen namentlich erinnerten Videotiteln stramme 36,7% aus. [LUK89: 132]

Bei den gut-gefallenden Videos kommen von den indizierten Filmen aus den Bereichen:



[LUK89: 133]

Es bestätigt sich erneut die besondere Rolle des Horrorgenres einerseits für den normabweichenden jugendlichen Medienkonsum und andererseits für die mangelnde Wirksamkeit traditioneller Jugendschutzmaßnahmen, die zwar Normbestätigung, aber keine Verhaltensrelevanz erreichen.

Teil 3 Spezielle Untersuchungen zum Mediensex und Medienhorror

9. Erotika versus „harte“ Pornographie

Die Frage nach der aggressionsfördernden Wirkung von Erotika und „harter“ Pornographie ist ebensowenig ausreichend erforscht, wie die Frage nach einer Veränderung des Sexualverhaltens aufgrund des Pornographiekonsums. Untersuchungen mit Kindern und Jugendlichen verbieten sich aus ethischen Gründen, so daß wir notgedrungen auf immer noch spärliche Untersuchungen mit Erwachsenen zurückgreifen müssen. In Anbetracht eines in jeder Hinsicht unbefriedigenden Forschungsstands werden wir uns auf einige wenige relativ sichere Befunde beschränken. Um diffizile Definitionsprobleme zu vermeiden, betrachten wir im weiten Sinne jede Form der expliziten Darstellung sexueller Handlungen als Pornographie. Unter diesem Oberbegriff ist dann zwischen „weichen“ und „harten“ Formen, zwischen Erotika und Hardcore zu unterscheiden. Zunächst gehen wir kurz auf den Gebrauch von Pornographie in Amerika (Bryant/Brown) und Deutschland (Ertel) ein. Anschließend untersuchen wir zwei Fragestellungen, die uns im Hinblick auf Jugendschutz besonders wichtig erscheinen:

1. In welchem Verhältnis stehen Pornographie-Konsum und Aggression?
2. Verändern sich durch ausgedehnten Pornographiegebrauch die Präferenzen für die Pornographie-Sparten im Sinne einer Erhöhung der notwendigen Dosierung?

BRYANT, J., BROWN, D. (1989): *Uses of pornography*. In: J. Bryant, D. Zillmann (eds.), *Pornography: Research advances and policy consideration*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum, pp.127-157.

ERTEL, H. (1990): *Erotika und Pornographie*. Repräsentative Befragung und psychophysiologische Langzeitstudie zu Konsum und Wirkung. München: Psychologie Verlags Union.

Methode:

- In der amerikanischen Untersuchung von Bryant/Brown wurden 600 Telefoninterviews mit drei Probandengruppen (13-15 Jahre, 16-18 Jahre und 19-39 Jahre) geführt.

- Ertel führte seine repräsentative Befragung zum selbstbestimmten Erotika- und Pornographiegebrauch in den Monaten April bis August 1988 durch. Die Endstichprobe umfaßte 5963 Probanden.

Pornographiekonsum in Amerika:

- Fast alle Probanden konsumierten die eine oder andere Form von Pornographie. Männlich Erwachsene hatten im Schnitt 26,5 Ausgaben Playboy, Playgirl o.ä. gelesen. 94,3% hatten mindestens einen Softporno gesehen. Auch Hardcorekonsum wurde gemessen; die erste Begegnung fand hier im Schnitt mit 13,5 Jahren statt.
- Fast 70% aller Frauen wurden von anderen an Pornographie herangeführt, mehr als die Hälfte von Männern. Nur 13% der Frauen suchten die Pornographieerfahrung aktiv. Der Erstgebrauch war sowohl bei Männern als auch bei Frauen sehr selten durch den Partner initiiert.
- 44% der Männer und 66% der Frauen beschrieben den Erstkontakt mit Pornographie als „neutral, weder besonders hilfreich noch schädlich“. Manche berichteten, Sex sei „im einen oder anderen Maße anziehender geworden“. Für 44% der Männer und 53% der Frauen aus der jüngsten Gruppe wurde die Zweierbeziehung schwieriger. Für 37% bzw. 42% leichter. Die Autoren schränken selbst die Verallgemeinerbarkeit ihrer Ergebnisse ein.

Pornographiekonsum in Deutschland:

- Von den männlichen Probanden hatten zwei Drittel im Verlauf eines Jahres Kontakt mit Filmen gehabt, die explizit sexuelle Handlungen darstellen. 11% davon sahen allerdings in zwölf Monaten nur ein bis drei Filme. 36% zählten zu den gelegentlichen und sporadischen Pornographie-Nutzern. Bei 15% war ein intensiver Konsum von durchschnittlich einem Film pro Woche festzustellen. Eine kleine Gruppe von 7% berichten, daß sie durchschnittlich jeden zweiten bis dritten Tag auf pornographische Filme zurückgreifen.
- Frauen nutzen Pornographie zwar seltener als Männer, aber dennoch ist ihr Konsum keineswegs gering. 44% hatten mindestens einmal im Jahr Kontakt; 6% berichteten über einen eingeschränkten Konsum, aber immerhin 31%

**Geringere
Pornographienutzung
bei Frauen**

hatten sporadisch (bis zu 12 mal im Jahr) Gelegenheit, Pornofilme zu sehen. 7% gehören zu den Intensivnutzern mit mindestens einem wöchentlichen Pornofilm.

- Der Erstkontakt findet bei Männern zu 39%, bei Frauen nur in 6% der Fälle alleine statt. Im Unterschied zu den von Bryant/Brown berichteten Ergebnissen werden deutsche Frauen in der Regel durch ihre Partner an Pornographie herangeführt.
- Die Wirkungen der Pornographie sind bei Männern und Frauen erstaunlich gleich: sexuelle und emotionale Erregung, entspannte Befriedigung. Der Unterschied besteht hier lediglich darin, daß die genannten subjektiven Befindlichkeiten etwas stärker bei Männern ausgeprägt sind, die Grundstruktur des Erlebens jedoch stimmt überein.
- Ertel stellt keine „Pornospirale“ bei seinen Probanden fest, die zwar eine Gewohnheitsbildung oder sogar Abhängigkeit fürchten, nicht jedoch einen zwangsläufigen Übergang vom Softporno zu immer härteren Formen.

**Wirkung von
Pornographie auf
Männer und Frauen
ähnlich**

**In Deutschland
keine Pornospirale**

DONNERSTEIN, E. (1984): *Pornography: Its effects on violence against women*. In: N.M. Malamuth, E. Donnerstein (Hg.): *Pornography and sexual aggression*. Orlando: Academic Press.

Donnerstein und seine Mitarbeiter untersuchten in einer Serie von Experimenten die Auswirkungen des Pornographiekonsums auf das aggressive Verhalten. Die Ergebnisse von drei Experimenten werden im folgenden referiert.

1. Donnerstein und Barrett 1978: Die Rolle von Ärger und Erregung:

Ein Teil von männlichen Probanden wurde zunächst vom Versuchsleiter bzw. einer Versuchsleiterin geärgert, ein anderer Teil neutral behandelt. Danach sahen die Versuchspersonen entweder 4 Minuten Sexfilm oder einen neutralen Film. Abschließend wurde ein Aggressionstest durchgeführt. Verärgerte und sexuell stimulierte Probanden reagierten aggressiver als nichtverärgerte und nichtstimulierte.

**Gemeinsamer
Einfluß von
Verärgerung und
Pornographie auf
nachfolgende
Aggressionen**

2. Donnerstein 1980: Aggressive und nichtaggressive Pornographie:

Wie im Experiment oben behandelten die Versuchsleiterin-

nen die männlichen Probanden aggressiv oder neutral. Anschließend wurde einer von drei Filmen vorgeführt:

1. Vergewaltigung, 2. Geschlechtsverkehr, 3. neutraler nicht-aggressiver, nichtsexueller Inhalt. Die nachträgliche Aggression war beim ersten Film am größten; beim zweiten am nächstgrößten und blieb beim dritten aus. Nach Vorführung des ersten Films stieg die Aggression gegen Frauen unabhängig davon, ob die Männer zuvor geärgert worden waren oder nicht. Der zweite Film steigerte die Aggression nur dann, wenn eine aggressive Vorbehandlung stattgefunden hatte. Donnerstein wertet dies als Hinweis darauf, daß aggressive Pornographie von sich aus Aggressionen stimuliert, während Normalpornographie diesen Effekt nicht hat. Eine Aggressionssteigerung bedarf bei nichtaggressiven Sexdarstellungen weiterer Voraussetzungen, z.B. daß die Person bereits ärgerlich ist und Aggressionen durch die Situation selbst nahegelegt werden.

3. Donnerstein und Berkowitz 1981: Studie über den Stellenwert von Opferreaktionen:

**Abwehr des
Opfers hemmt die
Aggressionen nur
schwach**

Frauen, die Gefallen an sexueller Aggression finden, sind häufiges Thema in der Pornographie. Donnerstein und Berkowitz gingen der Frage nach, welche Auswirkungen ein Film hat, in dem das Opfer nicht mit Genuß reagiert. Die Hypothese bestand darin, daß aggressive Pornographie ungeachtet der Reaktion des Opfers Aggressionen gegen Frauen steigert. Die männlichen Versuchspersonen wurden wiederum provoziert oder neutral behandelt. Vier Filme standen zur Vorführung bereit: 1. Neutral, ohne sexuellen oder aggressiven Inhalt; 2. nichtaggressiver Porno; 3. Vergewaltigung, die dem Opfer gefällt; 4. Vergewaltigung, die dem Opfer nicht gefällt. Danach sollten die Probanden den Film und das Verhalten des Opfers auf Ratingskalen bewerten. Obwohl der dritte und der vierte Film dieselbe Handlung zeigte, wurde der Film mit der negativen Opferreaktion als aggressiver empfunden. Beim anschließenden Aggressions-Test war bei beiden Vergewaltigungs-Versionen ein deutlich erhöhtes Aggressionsniveau zu verzeichnen. Hieraus folgt: Die Abwehr des Opfers wurde zwar registriert, ohne daß davon die Aggressionshemmungen beeinflusst worden sind.

ZILLMANN, D., BRYANT, J. (1986): *Shifting preferences in pornography consumption*. In: *Communication Research*, 13, pp.560-578.

Zillmann und Bryant wollten prüfen, ob der kontinuierliche Konsum von nicht gewaltsamen, harmlosen Sexfilmen tatsächlich eine Interessensteigerung an Hardcore-Filmen mit der Darstellung von außergewöhnlichen und normabweichenden Sexualpraktiken zur Folge hat.

Methode:

Die Stichprobe setzte sich aus 160 weiblichen und männlichen Versuchspersonen zusammen, die alle mindestens 18 Jahre oder älter waren. In sechs aufeinanderfolgenden Wochen wurde den Probanden jeweils einmal pro Woche für eine Stunde Filme mit mehr oder weniger pornographischem Inhalt vorgeführt. Dies waren entweder harmlose, nicht gewaltsame Sexfilmchen oder, in verschiedenen Abstufungen, Hardcore-Filme, mit aggressiven und extremen Sexualpraktiken. Zwei Wochen nach dieser „Behandlung“ wurde den Versuchspersonen die Möglichkeit gegeben, in einer weitgehend privaten Situation alleine Videofilme zu schauen.

Ergebnisse:

Fortdauernder Konsum von leicht erhältlicher und nicht gewaltsamer Pornographie erregte ein erhöhtes Interesse an Pornofilmen mit ungewöhnlichen Sexualpraktiken (Bondage-Filme, Sado-Maso-Filme etc.). Diesen Effekt einer Pornospirale hatte Ertel für deutsche Verhältnisse (siehe oben) gerade nicht festgestellt. In der Untersuchung von Zillmann/Bryant sahen sich die männlichen Nichtstudenten innerhalb der „Privatsituation“ fast ausschließlich die Extremfilme an. Dasselbe gilt für die männlichen Studenten, wenn auch in geringerem Ausmaß. Auch die weiblichen Studenten bildeten bei diesem Ergebnis keine Ausnahme, allerdings wiederum in einem weniger starken Maß als ihre Kommilitonen.

Was die Studie nach Zillmann/Bryant offenläßt, ist, ob diese Art von Konsum auf eine nachlassende Erregung bei harmlosen Filmen oder auf eine befriedigte Neugierde bezüglich der „normalen“ Sexfilme oder auf eine Mischung von beidem zurückzuführen ist. Außerdem bleibt offen: Was kommt nach dem Konsum der Extremfilme? Zillmann und Bryant spekulieren, daß auch die Neugierde an normabweichenden Sex-Praktiken früher oder später der Gewöhnung

**In Amerika
Pornospirale
festgestellt**

anheimfallen wird, wodurch schließlich das sexuelle Interesse überhaupt beeinträchtigt werden könnte.

10. Wahrnehmung und Verarbeitung von Gewaltdarstellungen durch Kinder und Jugendliche

Bereits die klassische Kinder/Jugendmedienstudie der britischen Sozialpsychologin Hilde T. Himmelweit et al. aus den 50er Jahren stellte etwaige Angstreaktionen, die Kinder verwirren und überfordern könnten, in den Mittelpunkt der Überlegungen, ohne dies mit der Frage nach der Aggressionsförderung zu vermischen. Sie ging von der Überlegung aus, daß Kinder- und Erwachsenenperspektive nicht übereinstimmen müssen. Was die Erwachsenen erschreckt, muß nicht auch Kinder erschrecken und umgekehrt. Und was die Erwachsenen im Hinblick auf eine Aggressionsförderung ihrer Kinder befürchten, ist sicherlich nicht der Grund, warum Kinder sich Fernsehgewalt-Programme anschauen.

HIMMELWEIT, H.T., OPPENHEIM, A.N., VINCE, P. (1958): *Television and the Child: An empirical study of the effects of television on the young.* London: Oxford University Press.

Methode und Durchführung:

Himmelweit et al. untersuchten in ihrer sehr umfassenden Studie von 1955 und 1956 mit Hilfe von Fragebögen, Tagebüchern und Rezeptionsbeobachtungen die Wirkung von Fernsehsendungen auf Kinder und Jugendliche. An den beiden großen Feldstudien nahmen 1920 Probanden im Alter zwischen 11 und 14 Jahren teil. Zu Vergleichszwecken wurden 48 Subgruppen à 40 Personen gebildet, gestaffelt nach Alter, Geschlecht, IQ-Stufen und sozialer Schichtzugehörigkeit. Parallel dazu wurden auch qualitative Erhebungen mit jüngeren Kindern durchgeführt, um Anhaltspunkte über Reaktionen von Kindern verschiedener Altersstufen auf Gewaltdarstellungen im Fernsehen zu erhalten.

Ergebnisse im Hinblick auf Angst

- Was ein Kind erschreckt, hängt sowohl vom Film als auch vom Kind selbst ab, von seiner geistigen und emotionalen Reife, seinen Bedürfnissen und momentanen Konflikten.
- Nur sehr kleine Kinder werden durch Schüsse und Schlachtenlärm in Western und Action-Krimis geängstigt. Schon 6- bis 7-jährige haben ihren Spaß daran.
- Fernsehsituationen, in denen es einem Protagonisten schlecht geht oder dieser traurig ist, können u.U. mehr verstören als massenhafte Gewalt- und Zerstörungshandlungen, die für die Kinder keinerlei Bedeutung haben. 11- bis 12-jährige scheinen durch die Darstellung von Gefühlen stärker geängstigt zu werden als durch eine wilde Schießerei.
- Kinder ängstigen sich mehr, wenn sie alleine fernsehen. Ist ein Erwachsener anwesend, so lassen die Furchtreaktionen nach.
- Furchtreaktionen verschwinden in dem Maße, in dem die Kinder das Format und die Machart der Fernsehgenres kennenlernen.
- Kinder genießen es, ein wenig erschreckt zu werden, aber nicht zuviel. Die Grenze zwischen einer tolerierbaren Spannung und einer wirklichen Angst ist fließend. Umso stärker der Plot strukturiert und für die Zuschauer voraussagbar bleibt, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, daß die Grenze überschritten wird.

Spaß an Schüssen
und Schlachtenlärm

Leiden von
Protagonisten
verstört

Genießen des
kleinen Schreckens

VAN DER VOORT, T.H.A. (1986): *Television violence: A child's eye view.* Amsterdam: North Holland.

Ausgangspunkt der Studie:

Van der Voort untersucht die Frage, wie Kinder Gewalt im Fernsehen wahrnehmen und erleben. Er zitiert ein klassisches Experiment von Bandura und seinen Mitarbeitern (1963), bei dem Kindern zwischen 3 und 5 Jahren gezeigt wurde, wie Männer und Frauen auf eine fast lebensgroße Puppe einschlugen. Eine weitere Gruppe sah dieselbe Szene ähnlich wie in einem Cartoon, d.h. die schlagenden Frauen waren hier als schwarze Katzen verkleidet. Alle Gruppen zeigten leichte

Frustrationen. Als sie anschließend in eine Situation gestellt wurden, die dem Gesehenen entsprach, ahmten die Kinder die aggressiven Handlungen nach, gleichgültig ob sie die „realistische“ oder die „phantastische“ Variante gesehen hatten. Bandura schloß daraus, daß eine direkte Stimulationswirkung der Fiktion auf die Realität vorliege. Zahlreiche andere Forscher kritisierten das Experiment, da es einseitig vom Erwachsenenstandpunkt her argumentiere und unklar sei, ob die Kinder die verkleideten und die normal gekleideten Frauen im Hinblick auf ihre Authentizität unterschiedlich wahrnahmen. Auch wurde nicht untersucht, ob die Kinder selbst das gesehene Verhalten als aggressiv bewerteten.

Methode:

An der Untersuchung nahmen 314 Dritt- bis Sechstkläßler (8-11 Jahre) in Holland teil. Die Schüler sahen komplette Folgen von Gewalt thematisierenden Fernsehserien. Das Filmsample umfaßte realistische Krimis (Starsky and Hutch, Drei Engel für Charlie), Abenteuerserien (z.B. Der unglaubliche Hulk) und Trickfilme (Popeye, Rosaroter Panther u.a.m.). Neben den allgemeinen Sehgewohnheiten und soziodemographischen Merkmalen wurden Wahrnehmungsvariablen per Fragebogen erfaßt (siehe Ergebnisse).

Ergebnisse:

Differenzierte Wirkungen von Gewalt

- *Bereitschaft zum Sehen von Gewalt:*
Kinder, die viel Fernsehgewalt sehen wollen und sehen, sind vom Gesehenen leicht emotional berührbar.
- *Zustimmung zu den gesehenen Gewaltszenen:*
Die Zustimmung zu Gewaltszenen hängt davon ab, wie sehr diese gefallen haben (siehe nächster Punkt).
- *Gefallen an den gesehenen Gewaltszenen:*
Gefallen an Gewaltszenen finden vor allem die echten Fans des Gewaltgenres; Jungen mit niedrigerem sozialen Status sind in dieser Gruppe überrepräsentiert.
- *Emotionale Reaktionen:*
Extrem emotionale Kinder mögen keine Fernsehgewalt und neigen dazu, sie „schrecklich“ zu finden.
- *Aufgehen im Programm:*
Kinder, die im Programm aufgehen, sehen es eher als real an und ängstigen sich schnell.

- *Grad der Ablenkung beim Sehen:*
Stark abgelenkte Kinder sehen das Programm weniger als real an und ängstigen sich nicht.
- *Identifikation mit Hauptcharakteren:*
Kinder, die sich stark mit Fernsehhelden identifizieren, sehen oft hingebungsvoll und gerne Fernsehgewalt.
- *Wahrnehmung des Gesehenen als realistisch:*
Kinder, die das Programm als realistisch wahrnehmen, sehen mit großer Betroffenheit; in dieser Gruppe sind Jungen und emotional leicht Berührbare überrepräsentiert.

ZILLMANN, D., JOHNSON, R.C., HANRAHAN, J. (1973): *Pacifying effect of happy ending of communications involving aggression*. In: Psychological Reports, 1973, pp.967-970.

Methode:

Zillmann und seine Mitarbeiter gehen in ihrem Aufsatz von der Hypothese aus, daß das Anschauen gewalttätiger und schlimmer Ereignisse eine empathetische Reaktion hervorruft, in deren Verlauf sich Spannung beim Betrachter aufbaut. Diese Spannung kann durch die Zufuhr nichtaggressiver Reize wieder reduziert werden. Um dies zu prüfen, zeigte Zillmann 40 Studenten zwei unterschiedliche Versionen eines Filmes, der einen Boxkampf behandelte. In der einen Version wurde die induzierte Spannung durch ein Happy End aufgehoben, in der anderen Version wurde das Happy End geschnitten und durch aggressionsneutrale Bilder ersetzt. Vor der Filmvorführung wurden die Versuchspersonen geärgert, nach dem Film hatten sie Gelegenheit, sich an ihrem Peiniger zu rächen.

Ergebnisse:

- Bei den Versuchspersonen, die die Filmversion ohne Happy End gesehen hatten, kam es zwar zu einem Spannungsaufbau, ihnen fehlte jedoch die Möglichkeit, die Spannung wieder loszuwerden. Die Resterregung aus dem Filmerebnis wirkte sich bei ihnen insofern aggressionsfördernd aus, als sie ihren Peinigern mehr Elektroschocks verabreichten, wenn diese eine Aufgabe nicht zufriedenstellend lösten.

Erregungstransfer

**Aggressions-
minderung durch
Happy End**

- Versuchspersonen, die das Happy End gesehen hatten, waren dagegen in der Lage, die empathetische Spannung noch während des Filmerlebnisses zu reduzieren. Sie reagierten bei der Bestrafung ihres früheren Gesprächspartners deutlich weniger aggressiv.

Brosius, H.-B. (1987): *Auswirkungen der Rezeption von Horror-Videos auf die Legitimation von aggressiven Handlungen*. In: Rundfunk und Fernsehen, 1987/1, S.71-91.

Methode:

Brosius führte insgesamt 75 Versuchspersonen entweder einen realitätsnahen Gewaltfilm über einen Frauenmörder (Lucio Fulci: New York Ripper) oder einen realitätsfernen Horrorfilm mit lebenden Leichen (George A. Romero: Zombi) vor. Geprüft werden sollten die Auswirkungen der Filmvarianten auf die Legitimation von Gewalt.

Ergebnisse:

- Die Legitimation von Gewalt nach der Rezeption des realitätsfernen Films nahm zu, während sie sich beim realitätsnahen Film nicht veränderte. Nach drei Wochen lag der Legitimationswert der Gruppe „Realitätsfern“ immer noch höher als bei der Ausgangsmessung. Bei der „Realitätsnah“-Gruppe war die Gewaltlegitimation sogar leicht gesunken.
- Die Abnahme der Gewaltlegitimation war bei älteren Versuchspersonen (ca. 50 Jahre), die den Ripper-Film besonders realistisch einstufen, stärker ausgeprägt als bei den Jüngeren (ca. 19 Jahre). Bei den Jüngeren stellte Brosius keinen Abnahme-Effekt fest.
- Das Ausmaß der emotionalen Reaktionen nach der Betrachtung des Gewalt- oder Horrorfilms hatte keinen Einfluß auf die Legitimation von Gewalt. Entscheidend ist ausschließlich die kognitive Bewertung des Geschehens. Personen, die den realitätsnahen Film sahen und die Darstellungsinhalte rational ablehnten, legitimierten weniger Gewalt als vor der Filmrezeption. Bei allen anderen Personengruppen stieg die Gewaltlegitimation mehr oder weniger an.

**Zu- und Abnahme
von Gewalt-
legitimation**

Kommentar:

Das Experiment zeigt, daß Gewaltdarstellungen unter bestimmten Bedingungen einen Abschreckungseffekt haben. Im Fernsehalltag dürfte dies am ehesten bei Nachrichtensendungen der Fall sein.

DRESCHER, P., HAGER, G., KIRCHLER, E.M. (1990): *Horrorfilme - eine harmlose Freizeitbeschäftigung oder Ursache für Aggression und Leistungsabfall Jugendlicher?* In: Publizistik, 35. Jg., S.454-464.

Methode:

Die Autoren befragten 103 Schüler eines oberösterreichischen Gymnasiums zwischen dem 15. und 22. Lebensjahr. Untersucht werden sollte einerseits der Zusammenhang von Gewalt-/Horrorfilmkonsum und Aggressivität und andererseits von Gewalt-/Horrorfilmkonsum und Schulleistungen. Schulleistungen, Aggressivität und Sozialverhalten wurde mit Hilfe von Lehrer-Ratings erhoben. Eigene Angaben machten die Schüler zu ihrem Horrorkonsum und zur Akzeptanz von Horrorfilmen. Schließlich assoziierten sie frei zu Horrorvideos.

Ergebnisse:

- Mit Hilfe einer Pfadanalyse kommen die Autoren zu dem Schluß, daß das Postulat eines monokausalen Zusammenhangs zwischen Gewaltfilmkonsum und Aggressivität in ihrer Stichprobe nicht haltbar ist. Aggressivität und Sozialverhalten standen mit dem Horrorkonsum in keiner Verbindung, sondern sie wurden ausschließlich von den Familienverhältnissen determiniert.
- Alter und Geschlecht beeinflussen die Akzeptanz und den Konsum von Horrorfilmen, deren Wechselwirkung wiederum die Schulleistung. Zu ihrer eigenen Überraschung stellten die Autoren fest, daß ein hoher Horrorkonsum nicht mit schlechteren, sondern mit besseren Schulleistungen einhergeht.

**Kein monokausaler
Zusammenhang
zwischen
Gewaltkonsum und
Aggressivität**

**Horrorkonsum
korreliert mit
besseren
Schulleistungen**

11. Entschärfung harter Gewaltdarstellungen – ein Ausweg?

Ein großer Teil der direkten Regulierung des Medienangebots ist darauf ausgerichtet, bestimmte explizite Details bei Gewaltdarstellungen (z.B. Blutszenen, Kopfverletzungen, Fleischwunden) zu vermeiden in der Annahme, daß solche Szenen allzu beunruhigend und allzu stimulierend wirken. Ein von Percy H. Tannenbaum Ende der 70er Jahre durchgeführtes Experiment kam zu einem erstaunlichen Resultat. Selektives Schneiden schlimmer Einzelszenen kann unter Umständen schädlicher auf die Betrachter wirken als die ungeschnittene Filmversion. Da im angegebenen Aufsatz von Tannenbaum nur wenige Einzelheiten zur Versuchsdurchführung angegeben sind, haben wir am 18.8.92 mit Herrn Tannenbaum in Berkley telefoniert. Die folgenden Ausführungen stützen sich auf den Aufsatz und auf das Telefongespräch.

TANNENBAUM, P.H. (1980): *Entertainment as vicarious emotional experience*. In: P.H. Tannenbaum (ed.), *The entertainment functions of television*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum, pp.107-132.

Methode:

Das Untersuchungsdesign sah vier studentische Versuchsgruppen vor, denen vier verschiedene Versionen eines Gewalt-/Horrorfilms vorgeführt wurden.

1. Originalversion mit extremen Gewaltszenen;
2. Bearbeitete Version I: Gewaltszenen getilgt;
3. Bearbeitete Version II: Gewaltszenen geschwärzt, Beschnitt verbal angekündigt;
4. Bearbeitete Version III: Gewaltszenen durch passende gewaltfreie Szenen aus dem Kontext ersetzt.

Während und nach der Filmvorführung wurden folgende Variablen erhoben:

- Genauigkeit der Erinnerung an einzelne Szenen,
- Gefühle beim Sehen dieser Szenen,
- Bewertung einzelner Szenen,
- Gefallen an einzelnen Szenen,
- Postrezeptiver Aggressionstest.

Die Hypothese lautete:

Durch Weglassen exzessiver Gewaltszenen wird die (mögliche) Aggressionsförderung vermindert.

Ergebnisse:

Tannenbaum beobachtete im Vergleich zu den Auswirkungen der ungeschnittenen Version einen deutlichen Trend zur Aggressionssteigerung bei den Gruppen 2 und 3. Die geschnittenen Filmversionen hatten sowohl eine größere Erregung während des Filmerlebens als auch eine aggressivere Haltung nach dem Ende der Filmvorführung zur Folge. Der Autor erklärt den Befund mit dem Auffüllverhalten der Zuschauer, die die fehlenden Teile in ihrem Kopf ergänzten. Wenn also aus dem Kontext die schlimmen Details erschlossen werden können, regen sie die Phantasie an - und die ist bekanntlich grausamer als jede Realität.

Tannenbaum zieht aus diesem Ergebnis folgenden Schluß: „Eine Beschneidung von exzessiven Gewaltszenen ist nicht notwendigerweise förderlich im Sinne einer Aggressionsminderung beim Betrachten von Gewaltfilmen, weil aufgrund von Kenntnissen über den Zusammenhang und aufgrund der dadurch ausgelösten Erwartungen die Zuschauer fehlende Szenen selbst weiterdenken. Diese Phantasietätigkeit findet oftmals auf einem höheren Gewaltniveau statt als bei der ungeschnittenen Version.“

12. Schlußfolgerungen

Eindämmen oder Kultivieren? – könnte man im Hinblick auf den massiven Import von Horror, Gewalt und Sex in den deutschen Fernsehalltag fragen. Sicherlich sind dies keine sich ausschließenden Strategien. Das „Entschärfen“ von Gewaltszenen, indem die schlimmsten Passagen herausgeschnitten werden, kann leicht den gegenteiligen als den gewünschten Effekt erzeugen. Dies mag als Warnung vor unerwarteten Nebenwirkungen gut gemeinter Schutzmaßnahmen dienen. Ich werde abschließend versuchen, auf der Basis des vorliegenden Forschungsberichts einige Schlußfolgerungen für den Jugendschutz bewußt pointiert zu formulieren, um Diskussionsprozesse anzuregen.

Schneiden exzessiver Gewaltszenen kann Aggressionseffekte verstärken

1. Viele Indizien sprechen dafür, daß nicht die Beziehung Fernsehen-Aggression, sondern die Beziehung Fernsehen-Angst für den jugendlichen Medienkonsum von größter Wichtigkeit ist. Jugendschutz sollte daher stärker auf die Angistaspekte des Medienkonsums eingehen. Da die symbolische Konfrontation mit Angst eine kulturpolitische Notwendigkeit darstellt, kann sich Jugendschutzpolitik nicht darin erschöpfen, Horror- und Gewaltszenarien rein quantitativ zu beschränken oder gar ausmerzen zu wollen. Entscheidend für die Medienwirkungen ist nicht die Quantität, sondern die Qualität des Fernsehkonsums, d.h. die Art und Weise, wie die Zuschauer den Fernsehhorror und die Fernsehgewalt verarbeiten. So ist es durchaus wünschenswert, wenn z.B. schlimme Opferbilder hungernder Menschen aus Somalia gezeigt werden, um die Spendenbereitschaft zu steigern. Die Bedingungen für einen vernünftigen Umgang mit angstthematisierenden Fernsehsituationen sollten verbessert werden, statt negative Medieninhalte auf dem Altar der schönen neuen Welt zu opfern, in der es vorgeblich keine Schrecknisse mehr gibt.
2. Der derzeit „weiche“, häufig komödiantische Fernsehsex scheint für Jugendliche weder besonders gefährlich noch besonders interessant zu sein. Zwar kann nicht ausgeschlossen werden, daß nach der Softporno-Welle eine härtere Gangart folgt. Doch werden auch Hardcore-Pornos und Ultra-Brutalos von Jugendlichen bereits auf Videos konsumiert, die die Indizierungspraxis unterlaufen. Eine zusätzliche Reglementierung des Fernsehbereichs würde an dieser Situation nichts ändern.
3. Da die daran interessierten Jugendlichen häufig in der Lage sind, indizierte Filme auf Video zu beschaffen, können Programmrestriktionen für die Fernsehanbieter nur begrenzt wirksam sein. In erster Linie sollte daher die Rolle der Eltern in der häuslichen Fernsehsituation gestärkt werden, da nur die Eltern in der Lage sind, den Fernseh- und Videokonsum ihrer Kinder wirksam zu kontrollieren oder positiv pädagogisch zu begleiten. Jugendschützerische Maßnahmen, die die Elternverantwortung schwächen, sind daher abzulehnen. Zu Recht wird von medienpädagogischer Seite gefordert, die Fähigkeiten zum

Gespräch über Medienerfahrungen in Familie und Schule weiterzuentwickeln.

4. In Anbetracht der Zunahme realer Gewalt in der Gesellschaft ist ein offener, diskriminierungsfreier Mediendialog dringender erforderlich denn je. Auf einer Unterscheidung von Mediengewalt und realer Gewalt ist nachdrücklich zu bestehen. Eine Kriminalisierung von jugendlichen Sehergruppen ist weder im Bereich des Mediensex noch beim Medienhorror notwendig. Im Gegenteil, Ächtungskampagnen sind kontraproduktiv, da sie Gesprächsmöglichkeiten zwischen den Generationen abschneiden und von den eigentlichen Ursachen der Gewaltbereitschaft ablenken. Gewaltbereite Jugendliche sind nicht das Resultat des Fernsehens, sondern gewalterzeugender Umstände, für die das Fernsehen nur den „Sündenbock“ spielt und spielen muß.
5. Jugendschutz sollte in einem erweiterten Ansatz eine gezielte Förderung von qualitativ hochstehenden Programmen aktiv betreiben. In diesem Zusammenhang sind die Programmveranstalter daran zu erinnern, daß nicht nur billige Sex- und Gewaltproduktionen ein jugendliches Publikum binden können, sondern auch und gerade qualitativ hochstehende Filme, die durchaus nicht auf Sex- und Gewaltdarstellungen verzichten sollen.