

VIII Medienpädagogik

Nastasa Basic, Fred Schell, Bernd Schorb, Gerhard Graf:

Kinder sehen fern. Programmangebot und Präferenzen

München: KoPäd Verlag 1997, 152 S., ISBN 3-929061-43-0, DM 30,-

Kinder sehen gerne fern und wenn sie durch die Fernsehlandschaft zappen, finden sie auch reichlich auf sie zugeschnittenes bzw. sie ansprechendes Bildmaterial. Doch wie sieht das Programmangebot für Kinder aus, welche Strukturen weisen die einzelnen Programmleisten/Kanäle auf? Gibt es gesonderte Programmplätze für Kinder, wie und wann werden die jungen Zuschauer unter der Woche und am Wochenende angesprochen? Was sind die Inhalte der Sendungen und in welcher Form werden sie präsentiert? Und inwieweit treffen die Angebote auf die Rezeptionsbedürfnisse der Kinder? Diesen Fragen wird detailliert und differenziert mit Hilfe von quantitativen und qualitativen inhaltsanalytischen Verfahren auf den Grund gegangen.

18 Sender wurden in die Studie miteinbezogen, die 1996 vom Institut für Jugend, Film und Fernsehen (München) durchgeführt wurde. Die Untersuchung bezieht sich auf die Nutzungszeit 6.00-20.00 Uhr der Drei- bis Dreizehnjährigen. Dabei wird zwischen explizitem (für Kinder konzipiert) und implizitem (nicht für Kinder hergestellt aber für sie von Interesse) Programmangebot unterschieden. Zwei Drittel der Programme (365 Stunden) sind explizite Kindersendungen, ein Drittel (315 Stunden) implizite Angebote (vgl. S.20). Ein weiterer Befund ist, daß die expliziten Programmleisten in der Vorabendzeit stark abnehmen, während die impliziten zunehmen. Der Studie zufolge wird damit im deutschen Fernsehen hauptsächlich das Unterhaltungsbedürfnis der Kinder gestillt. Die häufigsten Themen sind: „Bewegter Alltag“ oder „Kämpferisches“. Einen wichtigen Hinweis erbringt die Studie bezogen auf die dargestellten Heldenfiguren: „[...] in fast drei Vierteln der Kindersendungen dominieren männliche Figuren.“ (S.77) Mädchen finden Identifikationsfiguren in vielen Fällen nur im impliziten Programm. Auffallend ist auch, daß die handelnden Personen des Kinderfernsehens meist erwachsene Protagonisten sind.

Die Ergebnisse der Analyse um „Programmangebote und Präferenzen“ werden am Ende des Buches mit den Daten der GGmedia über „Nutzungsschwerpunkte und Einschaltquoten“ verwoben. Nur durch dieses Zusammenspiel kann z. B. der Befund, daß Kinder immer mehr implizite Programme nutzen, sichtbar gemacht werden. Das Buch weist eine übersichtliche Struktur auf, die sich dadurch auszeichnet, daß behutsam an das jeweilige Thema herangeführt wird, wobei sich die Texte von allgemeinen zu zunehmend detaillierten Beschreibungen bewegen, um am Ende jedes Themenkomplexes noch einmal die einzelnen Aussagen zusammenfassend in Beziehung zu setzen. Die Grafiken veranschaulichen die einzelnen Er-

gebnisse. Trotz seines geringen Umfanges stecken in dem Buch eine Vielzahl Informationen, die mit klarer Sprache erläutert werden. Auch wenn die Erhebungen aufgrund des neu hinzugekommenen öffentlich-rechtlichen Kinderkanals nicht mehr ganz aktuell sind, ändert dies nur wenig an den hier gemachten grundsätzlichen Aussagen.

Es wäre wünschenswert, daß das Buch nicht nur in der Kinder- und Jugendmedienforschung zur Kenntnis genommen wird, sondern darüber hinaus auch für ein breiteres Um- bzw. Neudenken in den damit befaßten Institutionen nutzbar gemacht werden könnte. *Kinder sehen fern* kann dafür jedoch nur Ansätze liefern, worauf auch die Autoren des Buches selbst hinweisen.

Claudia Bulut (Marburg)