

# Von der „radio-hörenden“ zur „verkabelten“ Familie — Mögliche Einflüsse der Entwicklung von Massenmedien auf das Familienleben und die familiäre Sozialisation

*Helmut Lukesch*

## 1 Medienökologie oder das massenmediale Angebot

Massenmedien stellen einen bedeutsamen, weil vermutlich folgenreichen Umweltbestandteil des Menschen dar. Zugleich ist ihr Vorhandensein und ihre Nutzung so stark in das Alltagshandeln der Menschen integriert, daß einige ihrer sogar als revolutionär zu bezeichnenden Effekte (*Wersig* 1973) auf Grund ihres Charakters als „soziale Selbstverständlichkeiten“ (*Hofstätter* 1963, 63) kaum mehr bewußt werden. Entwicklung und Stand des in der Bundesrepublik vorhandenen massenmedialen Angebots können wie folgt skizziert werden:

1. Das auditive Medienangebot der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten hat sich zwischen 1959 und 1985 von 111- auf 221000 gesendete Stunden pro Jahr verdoppelt (ohne Deutschlandwelle). Daneben gibt es einen umfangreichen Markt anderer Tonträger (*Phono Press* 1984).

2. Noch bedeutsamer sind die Erweiterungen im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten: Vom NWDR wurde ab dem 25.12.1952 mit einem Fernsehprogramm begonnen, das 3 Stunden täglich umfaßte und in Hamburg, Berlin und Köln zu empfangen war. 1985 wurden hingegen mehr als 28000 Stunden an TV-Programmen pro Jahr gesendet.

3. Seit 1984 hat sich in der Medienlandschaft eine weitere, eventuell als qualitativ zu bewertende Veränderung vollzogen. Seit diesem Zeitpunkt werden über Kabel- und Satellitenempfang zusätzliche internationale, nationale oder regionale Programme, teils öffentlich und teils privatwirtschaftlich finanzierter Art den Kunden offeriert (z. B. SAT 1, RTL plus, 3 SAT, 1 PLUS, Sky Channel, Musikbox englisch oder deutsch), die 1986 von ca. 2 Mio. Haushalten empfangen werden konnten.

4. Zugleich gibt es seit einigen Jahren eine substantiell bedeutsame Möglichkeit des privaten Medienkonsums über Videorecorder und Bildplattengeräte. Seit Anfang der 80er Jahre ist eine kontinuierliche Zunahme der Haushaltsdurchsetzung mit solchen Geräten festzu-

stellen, wobei nach der AG.MA 1986 ca. 18% aller Personen über 14 Jahre über einen Recorder verfügen bzw. Anfang 1985 in 23% aller Haushalte ein solches Gerät zur Verfügung stand (Lukesch 1985a). Die Bundesrepublik nimmt dabei in Westeuropa hinter Großbritannien (1984: 27% der Haushalte mit einem Recorder) den zweiten Platz ein, während weltweit Kuwait mit einer Recorderdichte von 90% führend ist (Radevagen, Zielinski 1984) und in den USA der Video-Boom gerade begonnen hat (1984: 10% Recorderdichte; Hoffmann 1984).

5. Das massenmediale Kommunikationsangebot umfaßt in der Bundesrepublik seit 1.6.1980 eine unter der Bezeichnung Video-, Tele- oder neuerdings auch Fernsehtext angebotene zusätzliche Serviceleistung. Dabei wird eine Textinformation mit der bislang freien Übertragungskapazität der Austastlücke gesendet. Andere europäische Länder hatten bei dieser Entwicklung eine Vorreiterfunktion erfüllt (Großbritannien 1976, Schweden 1978, Österreich und Holland 1980). 1986 besaßen immerhin 8% der erwachsenen Rezipienten ein mit einem entsprechenden Decoder ausgestattetes Fernsehgerät.

6. Eine noch wenig verbreitete Gelegenheit zur Nutzung neuartiger Informationskanäle bietet der Bildschirm- (später Kabel-)text (1986 verfügten darüber nur 1% der Erwachsenen). Dieses Angebot der Bundespost wurde 1982 von ca. 9000 Teilnehmern wahrgenommen und hat sich bis 1986 mehr als verfünffacht. Qualitativ neuartig ist bei Btx die bislang eingeschränkte Möglichkeit eines Rückkanals. Dieses Medium kann aber zu einem leistungsfähigen und voll integrierten Informations- und Kommunikationsnetz mit qualitativ neuartigen Nutzungsmöglichkeiten im öffentlichen und privaten Bereich ausgebaut werden (tele-working, tele-shopping, tele-banking, Online-Recherchen in Datenbanken).

7. Neben diesen Wachstumsbereichen sollte nicht der große Verlierer dieser Entwicklung übersehen werden, nämlich das Kino. Während in der Hochblüte des Kinofilms 1956 jeder Bundesbürger pro Jahr 15,6mal in ein Kino ging, ist mit der Etablierung und Ausweitung des Fernsehangebots ein kontinuierlicher Rückgang hinsichtlich des Kinobesuchs auf 1,8 Kinobesuche im Jahr 1983 zu verzeichnen.

8. Schließlich sollte man auch nicht die Printmedien vergessen, den traditionsreichsten Arm der Massenmedien. Hinsichtlich der verlegten Buchtitel war seit den frühen 50er Jahren ein fast kontinuierlicher Anstieg von vierzehn- auf einundsechzigtausend verlegte Titel zu verzeichnen. Ob der für 1984 dokumentierte Rückgang eine Trendwende bedeutet, kann nicht mit Sicherheit gesagt werden, wegen der Erholung im darauffolgenden Jahr ist dies eher unwahrscheinlich.

Hinsichtlich der Tagespresse ist ein beträchtlicher Zuwachs von ca. 14 Mio. verkaufter Zeitungen im Jahre 1956 auf beinahe 26 Mio. im Jahre 1984 dokumentiert. Zugleich wird aus den Daten zum Zei-

tungsmarkt das sog. „Zeitungssterben“ (vgl. auch Schütz 1985) deutlich, haben sich doch im selben Zeitraum die erschienenen Hauptausgaben auf beinahe die Hälfte des Angebots reduziert.

Eine weitere, eventuell folgenreiche Entwicklung ist im Bereich der Printmedien zu verzeichnen, nämlich die zwischen 1975 und 1984 erfolgte Verdoppelung der Anzahl der verlegten Zeitschriften, mit der eine Steigerung um 40 Mio. verkaufter Exemplare pro Ausgabe einhergegangen ist. Hier deutet sich eventuell eine verstärkte Hinwendung zu sog. „nonbooks“ (Winn 1979; Postman 1985) an, d.h. zu Printmedien, in denen Bedeutungen nicht mehr in Form eines kohärenten Textes, sondern in Form von kommentierten Bildern an den Rezipienten transportiert werden.

## 2 Die Nutzung der Massenmedien

Medienangebote und Mediennutzung sind nicht deckungsgleich. Dennoch ist festzuhalten, daß sich in zeitlich abgestufter Folge auch geänderte Nutzungsgewohnheiten bei den Rezipienten eingestellt haben.

### 1. Auditive Medien

Die Hörfunkangebote werden täglich von knapp 80% aller Erwachsenen zumindest kurzfristig wahrgenommen (weitester Hörerkreis nach AG.MA 1986 87,8%), wobei sich in den letzten Jahren kaum Veränderungen ergeben haben. Die (aktive) Hörhäufigkeit unter Kindern nimmt nach einer Schweizer Untersuchung mit dem Alter kontinuierlich zu (Havlicek, Steinmann 1980, 15), ähnliche Alterstrends werden auch hinsichtlich der Häufigkeit des Kassetten- und Tonbandhörens bzw. des Schallplattenhörens berichtet. Die hohe Nutzung der auditiven Medien bei Jugendlichen hängt sicherlich auch damit zusammen, daß sie einen musikalischen Hintergrund für andere Aktivitäten abgeben. Die Musik wurde auch als „das ‚Jugendmedium‘ schlechthin“ bezeichnet (Bonfadelli et al. 1986, 179).

### 2. Fernsehnutzung

Nach der MEDIA-Analyse besitzen 98% der erwachsenen Einwohner in der Bundesrepublik 1986 mindestens ein Fernsehgerät (AG.MA 1986), damit scheint das Stadium der Vollversorgung der Haushalte erreicht zu sein. Naheliegenderweise kann dem enormen Angebotszuwachs im Bereich des Fernsehens keine lineare Zunahme der Sehdauer der Rezipienten entsprechen. Dennoch ergeben sich einige bemerkenswerte Fakten. So war 1985 das Fernsehgerät in jedem Fernsehhaushalt im Schnitt 3 1/2 Stunden täglich eingeschaltet. Zwischen 1979 und 1985 ergab sich dabei eine Zunahme von etwa 30 Minuten, wobei bei dieser Änderung neben methodischen Gründen die in den letzten Jahren prononcierter Zielgruppenorientierung und Programmdiversifikation zu beachten ist.

Ergänzend zu erwähnen ist, daß die Fernsehnutzung mit einer Reihe weiterer Kriterien korreliert ist (*Darschin, Frank* 1983). Zu denken ist etwa an die Variation zwischen Werktagen und Wochenenden (ca. 20 bis 40 Minuten höhere Sehdauer am Samstag und Sonntag) oder den Sommer- und Wintermonaten (ca. 30 Minuten längere Sehdauer im Winterhalbjahr). Daneben stehen Sozial-schichtzugehörigkeit (mit höheren Sehzeiten in der sozialen Unterschicht) oder Geschlecht (besonders deutlich höhere Sehzeiten bei Jungen) mit der Fernsehnutzung in substantieller Beziehung (*Lukesch* 1985a; *Saxer* et al. 1979; *Nave-Herz, Nauck* 1978, 77). Auf eine bedeutsame Änderung der Fernsehnutzung in Abhängigkeit vom Familienzyklus wurde von *Nave-Herz* und *Nauck* (1978, 119) verwiesen: Während die Fernsehhäufigkeit bei „jungen Familien“, also in der Phase der Familienbildung, relativ gering ist, nimmt sie in der Phase der Familienzentrierung (z. B. Familien mit Kindern zwischen 7 und 10 Jahren) deutlich zu, um in der Phase der beginnenden Gruppenauflösung leicht abzunehmen. Wie hieraus zu ersehen ist, müssen für die Nutzung eines massenmedialen Angebots individuelle und gruppenspezifische Gegebenheiten und Motive hinzukommen.

### 3. Kabelfernsehen

In der Bundesrepublik wurden zur Überprüfung der Effekte des Kabelfernsehens mehrere Pilotprojekte eingerichtet oder bereits zum Abschluß gebracht (Ludwigshafen 31.12.1986). Schwerpunkt-mäßig werden dabei Untersuchungen zur Akzeptanz und Nutzung von Kabelfernsehen betrieben. Wie die Ergebnisse aus diesen Pilotprojekten zeigen, lassen sich etwa 20 bis 40% der anschließbaren Haushalte tatsächlich anschließen. Die Erfahrungen zeigen weiterhin, daß das vermehrte Angebot selektiv zur Maximierung des Konsums von Unterhaltungsfilmern genutzt wird; drastisch zurück gehen hingegen die Zuschauerzahlen bei Sendungen aus dem Bereich Kultur, Wissenschaft und Bildung sowie von Informationssendungen.

### 4. Heimvideo

Man kann davon ausgehen, daß etwa in jedem vierten bundesdeutschen Haushalt ein Videogerät vorhanden ist. Es ist hierbei zu fragen, wie dieses Gerät genutzt wird und ob dadurch die Nutzung anderer Medien tangiert, eventuell sogar reduziert wird.

Von *Darschin* und *Frank* (1986) wurden hierzu aus dem GfK-Panell die Bildschirmaktivitäten in Haushalten mit und ohne Video-Recorder für den Monat November 1985 miteinander verglichen. Es zeigte sich, daß die Einschalt-dauer der Fernsehgeräte in Video-Haushalten um eine Stunde höher ist als in Nicht-Video-Haushalten. Dabei ist sowohl eine Verlängerung der regulären Fernsehaktivität um ca. 25 Minuten wie auch die spezielle Nutzung durch Video-Filme von täglich 37 Minuten festzustellen. Sowohl die Sehdauer der Personen über 14 Jahre wie auch die der Kinder zwischen 6 und 13

Jahren ist in Video-Haushalten um ca. 50 Minuten höher. Die Unterschiede haben sich dabei im Vergleich zu früheren Studien (*Wiedemann* 1984) vergrößert.

Obwohl die überwiegende Anzahl aller Video-Abspielungen in aufgezeichneten Fernsehfilmen bestehen, bedeutet dies nicht, daß nicht auch eine substantielle Kompensation hinsichtlich der Film-Genres gegeben ist, die üblicherweise durch die öffentlich-rechtlichen Anstalten so gut wie nicht dargeboten werden. Gerade in den Bereichen Horror, Science-Fiction, Eastern, Kriegsfilme, Erotik/Sex und Zeichentrick werden die kommerziell beziehbaren Filme zur Deckung der Lücken im Fernsehangebot verwendet (*Pfifferling, Wiedemann* 1983, 576). Die empirische Evidenz zur Frage der als jugendgefährdend eingeschätzten Video-Filme zeigt, daß etwa ein Drittel der 12- bis 17jährigen indizierte Filme bereits gesehen hat (*Lukesch* 1985b; *Glogauer* 1985a; Bezirksregierung Hannover o.J.). Das öffentliche Interesse an problematischen Videos scheint nach der Veränderung des Jugendschutzgesetzes vom 1.4.1985 erlahmt zu sein, obwohl mit gutem Grund angezweifelt werden kann, ob durch ordnungspolitische Maßnahmen eine durchgreifende Änderung im Nutzungsverhalten (*Glogauer* 1985b) erreicht werden kann.

### 5. Videotext

In der Bundesrepublik (Stand 1984) sollen ca. 20% Fernsehgeräte videotext-tauglich sein, in Großbritannien soll ihr Anteil bereits 50% betragen (*Kulpok* 1984, 205). Die bisherigen Nutzerstudien (*Bessler* 1983; *Ehlers* 1985) haben neben der vorerst selektiven Nutzung dieser Kommunikationsmöglichkeit ein sehr positives Bild erbracht. Dabei ist nicht auszuschließen, daß sich längerfristig Veränderungen im Informationsverhalten (z. B. gegenüber Hörfunk- und Fernseh-nachrichten) ergeben.

### 6. Bildschirmtext

Das Wissen um die Nutzung, die möglichen Entwicklungschancen und die damit verbundenen Auswirkungen von Btx werden von *Meier* und *Bonfadelli* (1985) äußerst skeptisch beurteilt. Dies hängt zum einen mit der noch nicht voll ausgestalteten informationellen Struktur dieser neuen Technologie zusammen, zum anderen aber auch mit den bislang nur eingeschränkt realisierten Begleituntersuchungen. Auswirkungen auf den familiären Alltag sind auf Grund des geringen Nutzungsumfanges zur Zeit nicht erkennbar.

### 7. Kino

Während das Fernsehen eine Veranstaltung ist, die täglich den Großteil der Bevölkerung erreicht (Tagesreichweite 72%), ist das Kino ein „Medium für Minderheiten“ (*Frank* 1985, 784). Nur 4,4% der Bevölkerung ab 14 Jahren besucht einmal pro Woche ein Kino (AG.MA 1986). Kinobesucher sind zudem durch eine starke außer-

häusliche Orientierung charakterisiert (Frank 1985). Wie die Betrachtung der Fernsehnutzungsindikatoren zeigt, sind in den Altersgruppen, die am häufigsten unter den Kinobesuchern vertreten sind, Wenig- und Nichtseher entsprechend häufiger vertreten. Unsere Analyse hat ergeben (Lukesch 1985c), daß für jugendliche Kinobesuch und Kinogespräche deutlich peerorientierte Tätigkeiten sind, die im Rahmen der Ablösung von der Familie zu sehen sind.

### 8. Printmediennutzung

Der Printmedienkonsum nimmt bei Kindern und Jugendlichen im Vergleich zu den auditiven und audiovisuellen Medien einen zeitlich wesentlich geringeren Stellenwert ein. In unserer Studie (Lukesch 1985a) werden — global gesehen — immerhin noch knapp zwei Stunden pro Tag einem Printmedium gewidmet. Das Lesen von Büchern zur Unterhaltung nimmt dabei aber nur ein knappes Viertel dieser Zeit ein. In der Untersuchung von Bonfadelli et al. (1986, 133) sind es hingegen nur 50 Minuten, die mit einer Lesetätigkeit ausgefüllt sind. Übereinstimmend ist aber die Tendenz einer zwischen dem 12. und 19. Lebensjahr zurückgehenden Printmediennutzung, die dann in den späteren Jahren wieder ansteigt (wobei die Veränderungen vor allem dem gestiegenen Zeitungskonsum zuzuschreiben sind).

Als säkularer Trend ist ein deutlicher Rückgang der Leseinteressen bei Jugendlichen festzustellen. Während in den 50er Jahren Lesen die beliebteste und häufigste Freizeitaktivität war (Blücher 1956, 66 f.; Strzelewicz 1968, 53), rangiert heute das Lesen deutlich hinter der Radio- und Fernsehnutzung. Einzig in der Shell-Studie '85 (Jugendwerk der Deutschen Shell 1985, Bd. II, S. 191) wird nur ein geringer Rückgang der Bewertung des Lesens als Lieblingsbeschäftigung von 35% auf 30% zwischen 1954 und 1984 festgestellt; ein Ergebnis, das durch die anderen Untersuchungen keine Stütze findet (Sinus-Institut 1983; Bonfadelli et al. 1986).

### 9. Rückblick

Aus allen Studien ergibt sich, daß ein ausgesprochen hoher Zeitannteil täglich mit Medienkontakt verbracht wird, bei Jugendlichen sind es ca. fünf bis sechs Stunden. Im Vergleich zu der Situation zu Beginn der 70er Jahre hat sich die Mediennutzungszeit deutlich ausgeweitet (1970 waren auf Grund einer Tagesablaufstudie nur 3 Stunden und 15 Minuten mit Medienkontakten erfüllt, wobei damals 55% der Zeit auf eine Fernsehaktivität fiel; Horn 1975). Vergleicht man nun die Zeit, während der sich Kinder und Jugendliche Medien aussetzen, so ist ersichtlich, daß Freizeit weitgehend deckungsgleich mit Mediennutzungszeit ist. Allerdings gibt es auch Inkongruenzen, denn Medienkonsum kann auch Hintergrundbeschäftigung bei anderen Tätigkeiten sein. Außerdem kann die Intensität der Mediennutzung durch Aufmerksamkeitsvariation gesteuert werden. So

wurde z. B. Fernsehen z. T. zu einer Zweitbeschäftigung (Dahms 1983).

Trotz dieser Einschränkungen ist zu vermuten, daß allein auf Grund der zeitlichen Exposition dem Medieneinfluß ein hoher Stellenwert zuzuschreiben ist. Dieser Einfluß ist dabei unter anderem in der zeitlichen Bindung an die audiovisuellen Medien zu sehen sowie in den dadurch ausgeschlossenen oder zumindest reduzierten unmittelbaren Formen der Erfahrung (Bronfenbrenner 1973, 20: „The major impact of television is not the behavior it produces, but the behavior it prevents“). Hinsichtlich des Fernsehens ist festzuhalten, daß sich das Bedürfnis der Mehrheit der Rezipienten nach leichter Unterhaltung mit einer qualitativen Veränderung des Fernsehangebots vereinigt. Es ist eine beginnende Amerikanisierung festzustellen, die im Sinne Postmans (1985) als Änderung der Medienlandschaft in Richtung Maximierung des Amüsements beschrieben werden kann.

## 3 Massenmedien und Familie

Es gibt eine fast endlose Liste von Klagen, zumeist vorgetragen von Pädagogen, Jugendschützern, Juristen, Theologen und Kulturkritikern, nach der — überpointiert ausgedrückt — fast alle Übel dieser Welt auf das Aufkommen neuer Medien und ihres schädlichen Einflusses auf die Familie zurückgeführt werden (Glogauer 1985a; Scarbath 1984; Stefen 1973; Schreiber, Häring 1971; Winn 1979; Postman 1985).

Es kann dabei bei dem Aufkommen eines neuen Mediums (ganz gleich, ob es sich dabei um den Stummfilm, die Comics oder den Heimcomputer handelt) ein fast stereotyp sich abspielender Prozeß beobachtet werden, nach dem parallel zur Anfangsphase der Verbreitung viele soziale und psychische Probleme auf diese neuen Medien zurückgeführt werden; erst nach einer relativ langen Zeit finden sich Sozialwissenschaftler, die diese Thesen empirisch prüfen und in ihrem Geltungsbereich so gut wie immer drastisch einschränken. So wenig aber das massenmediale Angebot mit seiner tatsächlichen Nutzung gleichgesetzt werden kann, ist nicht ohne weiteres auf Grund der Nutzung auf mögliche Effekte, außer dem der Nutzung selbst, zu schließen. Nur unter Beachtung dieser Einschränkungen können im folgenden einige Konsequenzen der Veränderung der Medienlandschaft auf die Familie aufgezeigt werden. Dabei muß man im Auge behalten, daß heute die dramatischen Veränderungen, welche die Einführung des Fernsehens für die Familien mit sich gebracht hat, und das Fernsehen muß dabei als das Schlüsselmedium gelten, nur mehr schwerlich nachvollzogen werden können. Diese massiven Effekte sind aus Untersuchungen der 60er Jahre dokumentiert (Stückerath, Schottmayer 1967; Himmelweit et al. 1958). Obwohl

schon damals ein Prozeß der Veralltäglicung (Stolte 1978, 49) nachgewiesen werden konnte (ablesbar an einem Rückgang der Sehdauer in Abhängigkeit von der Zeit, seit der man ein Fernsehgerät besitzt), ändert dies nichts an den nachhaltigen Veränderungen, die man heute bereits als selbstverständlich akzeptiert. Fernsehen ist eine „durchdringende Komponente einer konsum- und medienvermittelten Lebensform“ geworden, die sich von „der uns bekannten Kommunikationsstruktur wegentwickeln und zu einem vernetzten System führen (wird), in dessen sichtbarem Mittelpunkt der Bildschirm steht“ (Bachmair 1987, 4).

### 3.1 Haushaltsbudget

Die vorhandenen und besonders die neuen Medien beanspruchen das familiäre Haushaltsbudget beträchtlich. Nach einer Berechnung des Südfunks von 1982 (Meyn 1984, 60) müßte ein voll mediatisierter Haushalt etwa 27000 DM an Investitionskosten und nicht ganz 300 DM an monatlichen Betriebskosten (ohne Berücksichtigung von abnutzungsbedingten Reparaturen und Neuanschaffungen, den gerätebedingten Mehrkosten an Strom und den eventuell größeren Wohnungsbedarf) bereitstellen, um das Gros der Angebote zur Verfügung zu haben. 1977 wurden die Gesamtausgaben für alle Medien noch mit 147 DM pro Kopf und Monat beziffert (Kiefer 1978, 618); betrachtet man nur die audiovisuellen Medien, deren Kosten damals mit 55 DM veranschlagt wurden, so zeigt sich daraus eine enorme Mehrbelastung der Haushalte. Veranschaulicht gesprochen, wird damit das Haushaltsbudget mit Ausgaben in der Höhe eines zusätzlichen besseren Mittelklassewagens belastet.

Mit der steigenden Durchsetzung der Haushalte mit elektronischen Medien wird außerdem ein Druck auf den Erwerb und die Verfügbarkeit dieser Kommunikationsmöglichkeiten ausgeübt, dem durch simple Ratschläge („einfach abschalten“) nicht entgegenge wirkt werden kann. Welche Auswirkungen diese Umschichtung des Familienbudgets haben wird (z. B. hinsichtlich der Teilnahme am aktuellen Kulturleben, der sozialen Aktivitäten), bleibt abzuwarten. Besonders bei der Nutzung von Zusatzangeboten müssen in Hinkunft Sicherungen eingebaut werden, die dem Rezipienten die finanziellen Folgen der Inanspruchnahme der angebotenen Dienstleistungen deutlich vor Augen führen.

### 3.2 Emotionale Bindung an das Fernsehen

Das Fernsehen ist zu einem zuverlässigen (Pseudo-)Interaktionspartner für alle Familienmitglieder geworden, der von den Sehern in fle-

xibler Weise zur Befriedigung unterschiedlichster Bedürfnislagen (Unterhaltung, Entspannung, Information, Eskapismus, Überdecken von Konflikten, soziale Zugehörigkeit durch gleichartige Verhaltensriten) eingesetzt wird. Es wundert deshalb nicht, wenn zu dieser Quelle der eigenen, wenn auch nur vikariierenden Bedürfnisbefriedigung eine starke emotionale Beziehung aufgebaut wird, sei es nun zu dem Gerät selbst oder zu den Moderatoren und Präsentatoren der einzelnen Sendungen (Allouche-Benayoun 1975). Der Fernsehapparat ist zu einem weithin akzeptierten Familienmitglied geworden.

Bezeichnend für die intensive emotionale Beziehung zu dem Fernsehapparat sind Versuche, Seher zu einer Aufgabe dieser Freizeitbeschäftigung zu bewegen. So fanden Bauer et al. (1976) in einer Pilotstudie an zwei Unterschichtfamilien, die sich zu einer vierwöchigen Fernsehastinenz überreden ließen, daß das Fernsehen wesentlich zur Sinnggebung, Freizeitausfüllung und Konfliktverdrängung beiträgt. Obwohl diese Einsichten in den betroffenen Familien geteilt wurden, waren alle froh, wieder zum Status quo ante zurückkehren zu können (über ähnlich gelagerte Erfahrungen berichtet Winn 1979, 265 f.). In einer anderen Untersuchung wurde versucht, Fernseher durch die Auszahlung einer Prämie vom Sehen abzuhalten (Pfeiffer 1975). Von den 184 Testpersonen kapitulierten innerhalb des ersten Monats 10%, im dritten Monat 58%, im vierten 90% und im fünften Monat der Rest. Akademiker hielten am längsten durch, als erste gaben Personen mit Volksschulbildung auf. Die in der fernsehlösen Zeit aufgetretenen Effekte waren nicht nur positiv (mehr soziale Kontakte, Zunahme von Lektüre und Spiel, häufigere Kinobesuche), sondern z. T. deutlich negativ (Familien- und Eheprobleme). Die vollständige Rückfallquote und die aufgetretenen Verhaltensänderungen wurden als Symptome von Telesüchtigkeit interpretiert. Auch wenn diese Kategorisierung überzogen erscheint, so kommt in den Effekten die intensive Bindung an dieses Massenmedium zum Ausdruck.

### 3.3 Tagesablauf und Freizeit

Die audiovisuellen Medien strukturieren den Tageslauf in der Familie. Es wurde auch von einem „ritualisierten Umgang mit dem Medium“ (Kellner 1978) gesprochen, d.h. das TV-Programm setzt den Rahmen für andere Freizeittätigkeiten. Es ist bezeichnend für diese Ritualisierung, wenn z. B. im Tagesablauf die einzelnen Familienmitglieder einen unterschiedlich hohen Einfluß auf die Programmwahl im Fernsehen ausüben (Frank 1978: Dominanz der Kinder bis zum Beginn des Abendprogramms um 20 Uhr). Hier liegt sicherlich ein Wechselwirkungsprozeß vor, denn die Programmveranstalter versuchen ihr Angebot so aufzubauen, daß es optimal in den Tages-

ablauf hineinpaßt. Diese durch detaillierte Tagesablaufstudien, Erhebung von Seherwünschen und differenzierte Zielgruppenorientierung erzielte Passung (Stolte 1973; Frank 1985) ist wiederum geeignet, die „Verführung“ durch das Fernsehen zu erhöhen. Andererseits stoßen in die „fernsehlosen“ bzw. mit wenig attraktiven Sendungen ausgestatteten Zeiten Video-Filme vor (Wild 1986). Die heute vorhandene Medienlandschaft erlaubt vielfältige Kompensationen; einseitig orientierte Maßnahmen (z. B. stärkere Restriktionen bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten) sind deswegen von vorneherein in ihrer Wirkung beschränkt bzw. führen sogar zu gegenteiligen Folgen.

Wie durch einzelne Pilotprojekte mit Kabel-TV bestätigt wurde, ist zu vermuten, daß mit der vollen Realisierung der technischen Möglichkeiten hinsichtlich der audiovisuellen Medien die vor dem Fernseher verbrachte Zeit zunimmt. Belegbar ist dies für Haushalte mit einem Video-Recorder (Lukesch 1987) oder für „verkabelte“ Haushalte (Ronneberger, Gerhard 1984; Ronneberger 1986). Diese Zeit muß notwendigerweise von anderen Tätigkeiten eingespart werden; eventuell von solchen, denen man einen hohen sozialen Wert zuschreiben muß. In früheren Untersuchungen (Stückrath 1966) wurden aus der Sicht von Jugendlichen mehrheitlich Beeinträchtigungen des Familienlebens durch die Einführung des Fernsehens gefunden. Es kann festgestellt werden, daß mit schichtspezifischen Akzentuierungen die gemeinsamen Tätigkeiten der Eltern mit ihren Kindern durch ein kompensatorisches Verhältnis von aktiven (Geschichten vorlesen, erzählen, Bilderbuch anschauen, Spielen) und rezeptiven Tätigkeiten (gemeinsam fernsehen, Radio/Platte hören) bestimmt sind (Mundt 1980), d. h. wo rezeptive Betätigungen vorherrschen, erfolgt dies auf Kosten einer aktiven Auseinandersetzung und Anregung der Kinder.

### 3.4 Außenbeziehungen der Familie

Ein möglicher Effekt der Beschäftigung mit den alten und den neuen Medien könnte eine Reduktion der Außenkontakte der Familie sein (Lüscher 1981, 353). Für die Frühzeit des Fernsehens (1953) stellten sich bei 62% der Fernsehhaushalte Gastseher ein (Stolte 1978, 358), heute schließen sich Fernsehen und Besuch eher aus. Durch die Zweitegeräte wird die Chance, allein fernzusehen, vergrößert, wobei nach Ergebnissen aus dem amerikanischen Raum (Chaffee et al. 1971) ein Zweitegerät eher zur Herstellung von Privatheit als zur Lösung von Programmwahl-Differenzen verwendet wird.

Eine Verminderung derjenigen Außenkontakte, die selbst wieder über Medien vermittelt sind, kann aus den vorliegenden statistischen Angaben bislang nicht abgeleitet werden. So ist heute praktisch eine

Vollversorgung der Haushalte mit Telefonen gegeben, selbst in Haushalten von Renten- und Sozialhilfeempfängern haben sich die Telefonanschlüsse zwischen 1979 und 1985 von 63,8% auf 89,4% vermehrt (Statistisches Bundesamt 1980–1986), die Anzahl der Sprechstellen hat von 2,7 Mio. im Jahre 1951 auf 37,9 Mio. 1985 zugenommen. Dabei hat sich sowohl die Zahl der Ortsgespräche pro Hauptanschluß (1984, 680) wie auch die der Ferngespräche (1984, 406) kontinuierlich gesteigert, allerdings sind heute Sättigungstendenzen feststellbar (Deutsche Bundespost 1986, 15). Erwähnenswert sind auch Entwicklungen hinsichtlich des Briefeschreibens: Während die Bundespost 1951 ca. 4,5 Mrd. Briefe beförderte, waren es 1985 12,6 Mrd., allerdings ist das Maximum des Briefaufkommens seit 1982 leicht zurückgegangen. Sofern diese Daten auch für Privathaushalte gelten, kann daraus nur bedingt auf eine Reduktion der medial vermittelten Außenkontakte geschlossen werden; ein Verlust der Briefkultur ist noch nicht eingetreten, ist aber eventuell für die Zukunft nicht auszuschließen. Da sich die These von der zunehmend sozial isolierten Kleinfamilie nicht halten läßt und ein genereller Rückgang an Außenkontakten als säkularer Trend nicht vorfindbar ist (vgl. Lüscher in diesem Band), ist auch eine Schuldzuschreibung an die Medien nicht sachgemäß. Damit soll allerdings nicht gesagt sein, daß auf individueller Ebene ein intensiver Medienkonsum nicht Symptom eines Mangels an Sozialkontakten sein kann (Schramm et al. 1961, 144). Es muß hier aber wieder zwischen den einzelnen Medien differenziert werden, denn Medien bieten sich in unterschiedlicher Weise für die Befriedigung spezifischer Bedürfniskonstellationen an.

In unseren Untersuchungen konnten wir zeigen (Lukesch 1986), daß eine besonders intensive Verwendung von Video bei Jugendlichen zu finden ist, die eher der sozialen Unterschicht angehören, deren Freizeitverhalten deutlich peer-gruppenorientiert ist und die zugleich eine gewisse Distanz zu den traditionellerweise als „kulturell wertvoll“ bezeichneten Tätigkeiten aufweisen. Ein anderes Verhaltensmuster ist bei Jugendlichen mit hoher Bindung an das Fernsehen vorhanden: Auch hier kann von einer Überrepräsentation der Zugehörigkeit zur sozialen Unterschicht und einer bedeutsamen Distanz zu den üblicherweise „kulturell wertvollen“ Tätigkeiten (z. B. Lesen von Büchern) gesprochen werden. Hinzu kommt aber eine relativ geringe Einbindung in eine Peergruppe (z. B. wird die Frage, ob Fernsehen die liebste Freizeittätigkeit ist, eher von den Jugendlichen bejaht, die nur wenig mit Freunden etwas unternehmen, die selten in einer Disco anzutreffen sind, nur wenig mit Freund/Freundin zusammen sind). Der Fernsehkonsum und seine Hochschätzung scheint in diesem Fall deutlich kompensatorischen Charakter zu besitzen (ähnlich bereits Himmelweit et al. 1958, 388), während die intensive Nutzung von Video im zuerst genannten Beispiel eine Mög-

lichkeit zur Stärkung einer unterschichtspezifischen Peerkultur zu sein scheint.

In diesen Daten kommt auch ein Effekt der Neuen Medien zum Ausdruck. Während Mitte der 70er Jahre für Jugendliche betont wurde, die Nutzung des Fernsehens spiele sich vorwiegend in der Familie ab, die Verarbeitung aber in den Altersgruppen (*Hunziker* et al. 1975, 286), gilt diese These heute nur mehr partiell: Die Peergruppe steht zwar dem intensiven Videonutzer zur Verfügung, der Fernsehreak ist aber der Jugendliche, der seine „Seh-Erfahrungen“ nicht in gleicher Weise mit Altersgleichen besprechen kann.

### 3.5 Familienbilder in den Medien

Nach der viel diskutierten Kultivierungsthese von *Gerbner* und *Gross* (1976) haben die Inhalte der Massenmedien wesentlichen Anteil an dem Bild über die sozialen Realitäten einzelner gesellschaftlicher Teilbereiche. Diese zumeist auf die Thematik „Gewaltdarstellungen/Kriminalitätsbilder/Verbrechensfurcht“ bezogenen Überlegungen sollen hier in bezug auf die Familienbilder im Fernsehen untersucht werden.

Familien szenen sind ein wesentlicher Fernsehinhalt. Für die USA stellten z. B. *Glennon* und *Butsch* (1982) zwischen 1946 und 1978 218 fiktive Fernsehfamilien fest. Nach *Jeffries-Fox* und *Gerbner* (1977) sind auf Grund von Inhaltsanalysen in 61% aller Sendungen Heim und Familie wichtige Themen. Die Darstellungen leben dabei von rollenspezifischen Klischeevorstellungen, z. B. werden Frauen häufiger als verheiratet eingeführt als Männer (42 zu 22%) oder sie üben häufiger Elternfunktionen aus (30 zu 17%).

Wesentlich detaillierter sind die von *Küchenhoff* (1975) vorgelegten Ergebnisse, aus denen allerdings auch eine deutliche Rollentypisierung hervorgeht. Frauen und Frauenfragen, besonders im Nachrichtenbereich, sind im Fernsehen unterrepräsentiert; Frauen werden häufiger unbedeutende Funktionen bei Spielhandlungen zugewiesen, und es werden vor allem Frauen der oberen Mittelschicht gezeigt. Dabei dominiert die „junge, schöne und unabhängige“ Frau, daneben ist noch die Frau in der Hausfrauen- und Mutterrolle zu erwähnen; selten zu finden sind Thematisierungen der berufstätigen oder gar der politisch aktiven Frau. Auch sind Frauen als Funktionsträgerinnen der Sendeanstalten (z. B. Nachrichtensprecherin, Sportmoderatorin) unterrepräsentiert. Die Erhebung bezieht sich auf das Jahr 1975. In der Zwischenzeit sind bedeutsame Veränderungen in der bundesdeutschen Fernsehscene eingetreten — ohne daß dies aber durch eine systematische Studie belegt ist —, so daß diese Analyse vorwiegend von historiographischem Wert ist (zu den in der Werbung verwendeten Rollenklischees vgl. *Wartella* 1980).

Diese Inhaltsanalysen bilden nur die Angebotsseite ab. Hinsichtlich der Nutzung dieses Angebots gibt es Hinweise, daß es eine gewisse Übereinstimmung zwischen den in den Familien vorherrschenden und den in den präferierten Sendungen gezeigten Interaktionsstrukturen gibt (*Abel* 1976); es findet also auch hier eine selektive und selbstgewählte Zuwendung zu Programminhalten statt.

Damit ist aber das Problem noch nicht gelöst, ob nicht auch zusätzliche Rückwirkungen der Inhalte auf die Rezipienten gegeben sind. Dieser Frage, ob sich Darstellungen des Familienlebens in Fernsehserien auf die Wahrnehmung von Aspekten des Lebens in der eigenen Familie auswirken, wurde von *Buerkel-Rothfuss* et al. (1982) nachgegangen. In ihrer Untersuchung fanden sich allerdings nur schwache Belege für diese Vermutung (Korrelationen von maximal 0,20). Die bedeutsamsten Zusammenhänge bestanden zwischen dem Ausmaß des Konsums an Familienserien, die als hoch affiliativ eingeschätzt worden sind, und der Wahrnehmung von „Unterstützung“ und „Gehorsam/Gefügigkeit“ in der eigenen Familie. Das Vorhandensein moderierender Einflüsse konnte ebenfalls in schwacher Weise nachgewiesen werden (z. B. Einschätzung von Fernsehsendungen, ob sie die Realität wiedergeben, ob man aus ihnen etwas für das Leben lernen kann, ob Eltern gemeinsam mit den Kindern das Programm ansehen oder ob die Eltern über das Gesehene bestätigende Kommentare abgeben). Keine bzw. noch wesentlich schwächere Beziehungen wurden zu Einschätzungen negativer Aspekte der eigenen Familie gefunden (z. B. Ausmaß an Gegensätzlichkeit und Gleichgültigkeit in der eigenen Familie) und diesen Aspekten in Familienserien. Die Effekte der Medieninhalte scheinen bei Vielsehern deutlicher nachzuweisen zu sein als bei Wenigsehern, so konnten *Frueh* und *McGhee* (1975) traditionellere Geschlechtsrollenstereotype vor allem bei Vielsehern finden. Die Wirksamkeit der über das Fernsehen dargebotenen geschlechtsspezifischen Verhaltensmodelle ist auch durch kontrollierte Experimente belegt (vgl. zusammenfassend *Schmerl* 1984).

In der Realsituation ist allerdings der simultane Einfluß anderer Personen in Betracht zu ziehen. So werden die von Fernseh- und Film-Protagonisten gespielten Berufsrollen dann als nicht realistisch eingeschätzt, wenn die Programminhalte mit Eltern oder Freunden besprochen werden oder ein restriktiver Medienkonsum gegeben war (*Chaffee*, *Tims* 1976; *Jeffries-Fox*, *Gerbner* 1977). Auf Grund dieser und ähnlich gelagerter Ergebnisse ist der These *Schneewinds* (1976) von der „familiär vermittelten Wirkungsdynamik beim kindlichen Fernsehen“ zuzustimmen; zwischen den Fernsehinhalten und deren Wirkung auf das Kind ist die Familie vermittelnde Instanz. Die Ergebnisse zeigen zusammenfassend, daß ein gewisser Einfluß des Fernsehkonsums auf die Wahrnehmungen des eigenen Familien-

klimas vorhanden ist und daß dieser Einfluß durch elterliche Interventionen moderiert werden kann.

### 3.6 Fernsehen und familiäre Interaktion

Der Einfluß des Fernsehens auf die familiären Beziehungen ist wesentlich deutlicher als z. B. der des Hörfunks (*Thyssen* 1977), das Fernsehprogramm „beherrscht im Unterschied zum Radiohören weitgehend die Situation“.

Beobachtungsstudien über den Einfluß des Fernsehens auf die familiären Interaktionen wurden im Rahmen eines Projekts von Psydata (85 Familien mit Kindern unter 14 Jahren wurden 1974 an zehn Abenden je vier Stunden von Studenten beobachtet) sowie des Hans-Bredow-Instituts (52 Familien wurden 1975 an 14 Abenden je vier Stunden lang von einem eigenen Familienmitglied beobachtet) vorgelegt (*Kellner* 1978). Die Ergebnisse dieser Studien zeigen, daß durch das Rezipieren einer Fernsehendung — besonders bei Programmen mit hoher Attraktivität — die interpersonelle Interaktion in der Familie minimiert wird. Selbst wenn gemeinsame Zeit vor dem Fernseher verbracht wird, so ist das Fernsehen eine individuelle Tätigkeit, gemeinsames Zuschauen ist „lediglich eine Art Überschneidung der individuellen Rezeptionsabläufe“ (*Hunziker* 1977, 269). Damit werden Befragungsergebnisse bestätigt, wie z. B. die von *Hunziker* et al. (1973), wonach von 10- und 12jährigen Kindern 70% meinten, bei ihnen werde während einer Sendung „selten“ oder „nie“ gesprochen; 75% äußerten auch, daß es selten vorkomme, daß sie im Zusammenhang mit einer Fernsehendung eine Frage an andere richten (für die USA vgl. *Waters, Stone* 1971; *Maccoby* 1954).

Die intensive Zuwendung zu einem Fernsehprogramm kann in Extremfällen, wie z. B. einer Vielseherfamilie, zu einem „chronischen Defizit an interpersonaler (visueller wie schließlich verbaler) Kommunikation“ führen (*Kellner* 1978, 27). Aus dem Forschungsprojekt des Hans-Bredow-Instituts seien einige Ergebnisse dazu hervorgehoben: So ist die verbale Interaktion während des Fernsehkonsums naheliegender Weise von geringerem Umfang, zur Hälfte fernsehbezogen und von reduzierter thematischer Vielfalt. „Je mehr ferngesehen wird, desto unmöglicher scheint es zu sein, eine differenzierte Interaktionsstruktur aufzuweisen beziehungsweise eine differenzierte verbale Kommunikation“ (*Kellner* 1978, 27). Allerdings wird dieses Ergebnis von *Teichert* (1977) anders gewichtet. Er schätzt trotz der Kürze der Äußerungen und ihrer fernsehbezogenheit das Fernsehen als gesprächsinizitierenden Faktor ein, wobei das Fernsehen als Strukturierungshilfe für das abendliche Familienleben und nicht als Beeinträchtigung der familialen Interaktion gewertet wird. Da das Fernsehen in vielen Familien den Tagesabschluß darstellt, ergibt

sich allerdings aus diesem formalen Faktum, daß für eine inhaltliche Aufarbeitung des Gesehenen mit den Kindern keine Zeit bleibt. Dabei ist auf Grund der steigenden Ausstattung der Haushalte mit Zweit- und Drittgeräten eine Auflösung des heute noch vorhandenen „Fernsehhalbkreises“ in einzelne fernsehende Individuen zu vermuten.

Wenn auf der anderen Seite behauptet wird, das gemeinsame Fernsehen würde helfen, Konflikte in der Familie zu reduzieren (besonders bei beengten Wohnverhältnissen, *Rosenblatt, Cunningham* 1976), so ist dieser eventuell positiv erscheinende Effekt auf die generell interaktionsreduzierende Wirkung des Fernsehens zurückzuführen. In die gleiche Richtung verweist auch das deskriptive Ergebnis von *Csikszentmihalyi* und *Kubey* (1981), nach dem die Fernsehaktivität mit der Familie im Vergleich zu allen anderen familiären Tätigkeiten (ohne TV) am wenigsten anspannend ist.

Dieser Effekt, der sich bei einem laufenden Programm einstellt, sollte nicht darüber hinwegtäuschen, daß einer der Hauptstreitfälle in deutschen Familien (aber auch in amerikanischen; vgl. *Lyle, Hoffman* 1972, 169) der tägliche Disput über das richtige Programm ist (in 39% der Familien gibt es Auseinandersetzungen um die Lautstärke des eingeschalteten Gerätes, in 32% Debatten um das Programm und in 27% Diskussionen darüber, ob während des Fernsehens geredet werden darf oder nicht; *Eurich, Würzburg* 1983). Auch *Hunziker* et al. (1975) berichten von ca. einem Drittel der Befragten, die meinen, Fernsehen störe die gemeinsamen Mahlzeiten, immerhin 54% der Väter und 46% der Mütter geben an, wegen des Fernsehens habe man weniger Zeit füreinander. Die Inhalte der Medien, speziell des Fernsehens, sind nur in den seltensten Fällen Anlaß zu einem Gespräch zwischen Eltern und Kindern. Gespräche zwischen einem anwesenden Elternteil und dem Kind kommen vorwiegend nur auf Initiative des Kindes zustande (*Horn* 1978, 33). Eine gezielte Nachbereitung einer gesehenen Sendung findet so gut wie nie statt. Gerade Sendungen, welche mögliche Konfliktfelder zwischen Eltern und Kindern ansprechen (z. B. „Rappelkiste“, vgl. *Lorey* 1978), führen bei Eltern wohl wegen der „hedonistischen Relevanz“ der Themen zu Abwehrreaktionen, die ein Gespräch eher verhindern.

Der Fernseh- oder Video-Apparat wird von den Eltern hauptsächlich als Betreuer-Surrogat eingesetzt, als elektronischer Babysitter, als 3. Elternteil (*Kunczik* 1982), der vorwiegend der Mutter Freiraum für eigene Tätigkeiten schafft (*Winn* 1979). Die hier anklingende Schuldzuweisung muß aber durch historische Veränderungsprozesse, die das Zusammenleben in der Familie betreffen (*Kreeshan* 1983: mütterliche Berufstätigkeit, Verlust von gemeinsamen Tagesroutinen, Distanz zu Verwandten), relativiert werden.

### 3.7 Elterliche Kontrolle des Medienkonsums

Die audiovisuellen Medien werden von Eltern als einflußreicher und potentiell problematischer eingeschätzt als z. B. die auditiven (*Havlicek, Steinmann* 1980). Mit dieser skeptischen Haltung korrespondiert aber keine gleichermaßen intensivere Kontrolle. Vielmehr ist festzuhalten, daß der Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen weitgehend außerhalb der Kontrolle der Eltern stattfindet. Dies gilt nicht nur für ältere Jugendliche, sondern partiell auch für jüngere Kinder (*Singer, Singer* 1976); besonders aber für solche aus Familien mit hohem Fernsehkonsum (Vielseherfamilien) und aus sozial niedrigen Schichten (*Horn* 1978; *Frank* 1978; *Zoltan* 1975).

In der Schweiz, einem Land, in dem relativ restriktive elterliche Haltungen zu vermuten sind, wurden innerhalb einer Eltern- und Kinbefragung auch Ergebnisse zum Thema Restriktion des Fernsehkonsums vorgelegt (*Havlicek, Steinmann* 1980, 54). Danach sind bei knapp der Hälfte der Kinder Einschränkungen und Eingriffsmöglichkeiten durch die Eltern gegeben. Naheliegenderweise nimmt die selbstbestimmte Sendungswahl mit dem Alter zu (4- bis 5jährige 6% ohne Restriktion, 12- bis 14jährige 24,2%).

Geringer scheint der elterliche Einfluß in der Bundesrepublik zu sein. *Frank* (1978, 14) berichtet, daß von den 3- bis 5jährigen 36% das Fernsehgerät selbst einschalten, von den 6- bis 9jährigen 60% und den 10- bis 13jährigen 75%. Nach *Hunziker et al.* (1973) müssen 29% der 10- bis 12jährigen niemand fragen, wenn sie fernsehen wollen. Von 12- bis 16jährigen Befragten äußerten 46,1%, daß die Eltern nicht alle Sendungen anschauen lassen (*Lukesch* 1985a).

Von *Rojas* (1978) wurde gefunden, daß Eltern im Vergleich zu den Kinderangaben ihre Kontrolle und ihren Einfluß auf die Fernsehgewohnheiten ihrer Kinder überschätzen (für die USA vgl. auch *McLeod et al.* 1982). Die elterliche Kontrolle ist aber tendenziell bei Kindern aus sozial und bildungsmäßig höheren Schichten größer, ebenso in Familien mit eher geringem Fernsehkonsum und bei jüngeren Kindern (*Horn* 1978; *Lukesch* 1985a).

Einstellung und Verhalten von Eltern hinsichtlich der Kontrolle des Fernseh- und Videokonsums ihrer Kinder fallen deutlich auseinander, d. h. während Eltern bei Befragungen sehr wohl von den Vorteilen der Begrenzung des Konsums an audiovisuellen Medieninhalten überzeugt sind, dominiert im Alltag das *Laissez-faire*-Prinzip (*Horn* 1978) bzw. die Eltern (von Vorschulkindern) sind in der Regel sehr unsicher darüber, „was sie ihren Kindern erlauben und was sie ihnen verbieten sollen ... Die Tatsache, daß Eltern relativ genau erklären können, warum eine bestimmte Sendung für ihr Kind ungeeignet ist, daß sie das Kind jedoch trotzdem diese Sendung sehen lassen, kann fast als normal angesehen werden“ (*Thyssen* 1977, 274 f.). Beschränkungen werden von Eltern eher aus formalen Gründen

und nicht auf Grund inhaltlicher Erwägungen ausgesprochen, z. B. weil die Schularbeiten noch nicht gemacht sind oder weil die Kinder im Haushalt mithelfen sollen, nicht aber deswegen, weil einzelne Filme als problematisch für Kinder eingestuft werden.

Gleiches kann man hinsichtlich der elterlichen Kontrolle des Videokonsums von Kindern behaupten. Auf Grund einer Erhebung der Stadt Schweinfurt (1984) haben 78% der Eltern davon Kenntnis, daß ihre Kinder indizierte Filme sehen, 63,9% haben aber nichts dagegen einzuwenden. Von daher kann nicht davon gesprochen werden, „daß es die Kinder und Jugendlichen verstehen, ihren Videofilm-Konsum gegenüber den Erwachsenen zu verheimlichen oder herunterzuspielen“ (*Glogauer* 1985a, 6), wie ein vielfach zu hörendes Kritikerargument lautet. Etwas zu verheimlichen, ist in der Regel nicht notwendig, da sich die Eltern nur wenig um das Medienverhalten ihrer heranwachsenden Kinder kümmern bzw. ihnen in diesen Bereichen bereits ein eigenständiges Urteil zubilligen.

### 3.8 Medienkonsum bei Eltern und Kindern und elterliches Erziehungsverhalten

Es bestehen vielerlei Verbindungswege, über die sich Mediengewohnheiten bzw. medienbezogene Verhaltensweisen von Eltern auf den Medienkonsum von Kindern auswirken können.

1. Eine erste Möglichkeit ist durch „gemeinsame Gelegenheiten“ gegeben. Z. B. ermöglichen ein gewisser Buchbesitz oder das Verfügen über ein Fernseh- oder Video-Gerät eine gleichartige Nutzung. Relativ häufig wurde z. B. eine positive Beziehung zwischen der Haushaltsausstattung mit Büchern bzw. dem eigenen Buchbesitz und den Lesegewohnheiten von Kindern gefunden. Dieser Zusammenhang ist zwar vor allem durch Sozialschichtvariablen vermittelt (*Infratest Medienforschung* 1978), dennoch ist das Vorhandensein von Büchern eine Anregungsbedingung für die Entwicklung zum Leser. Hinsichtlich der Videonutzung kann ebenfalls die Aussage gemacht werden, daß ein im eigenen Haushalt vorhandenes Videogerät die größte Bedeutung für den individuellen Videokonsum besitzt (*Lukesch* 1987), dennoch sind damit die Zugangsmöglichkeiten zu Videofilmen, die dann nur für ein Viertel der Jugendlichen bestünden, nicht erschöpft. So konnte gefunden werden (*Lukesch* 1985b), daß insgesamt drei Viertel der Jugendlichen Zugang zu Videofilmen haben, wobei über Freunde (41,7%) am häufigsten der Weg zu Videos eröffnet wird, dann über Bekannte (28,1%), und erst an dritter Stelle kommt die eigene Familie (27,2%).

2. Des weiteren können für Zusammenhänge zwischen elterlichem und kindlichem Medienkonsum Modellierungseinflüsse verantwortlich sein.

- a) Hier ist einmal an die Nachahmung des elterlichen Vorbildes in dem Sinn zu denken, daß die Kinder auch dazu neigen, das zu tun, was die Eltern machen (positives Modellieren), und das zu lassen, was die Eltern meiden (negatives Modellieren).
- b) Dieser Prozeß ist auch in umgekehrter Beziehung denkbar (reverse modelling), indem sich Eltern eher an den Vorgaben ihrer Kinder orientieren als umgekehrt.
- c) Schließlich ist auch noch an das bewußte Vermeiden elterlicher Verhaltensstile, an die Rebellion gegen den Einfluß des elterlichen Vorbildes zu denken (antimodelling).

Als empirischen Beleg für diese Verbindungen werden zumeist Korrelationen zwischen Art und Ausmaß elterlichen und kindlichen Medienkonsums berechnet.

Hinsichtlich des Fernsehkonsums ergaben sich in amerikanischen Untersuchungen mittlere bis geringe Übereinstimmungen. Nach *Chaffee et al.* (1971) wurden bei den von ihnen untersuchten Sechst- und Neuntklässlern sowohl in bezug auf quantitative wie auch auf qualitative Aspekte der Fernsehnutzung maximal Korrelationen von 0,20 gefunden; selbst unter Berücksichtigung familiärer Interaktionsstile lassen sich keine wesentlich höheren Übereinstimmungen erzielen. Ein ähnliches Ergebnis berichten *Jeffries-Fox* und *Gerbner* (1977), hier betrug die Übereinstimmungen zwischen dem Fernsehkonsum von Kindern und ihren Vätern 0,12 und mit den Müttern 0,26. *Rojas* (1978, 63) fand Zusammenhänge zwischen kindlichem und elterlichem Fernsehkonsum in bezug auf die Gesamtfernsehzeit pro Woche von  $r = 0,22$  (identisch für die Konstellation Vater—Kind und Mutter—Kind), hinsichtlich der Sehzeit an einzelnen Tagen ergab sich nur für den Samstag ein statistisch signifikantes Ergebnis ( $r = 0,30$  für Vater—Kind und 0,26 für Mutter—Kind). Die Übereinstimmung ist also nicht überwältigend hoch. Ohne dies zu quantifizieren, werden von *Hunziker* (1977) Übereinstimmungen hinsichtlich der familiären Fernsehnutzung in etwa der Hälfte der untersuchten Familien berichtet.

Eine wesentlich höhere Abhängigkeit arbeitete *Buss* (1985) in seiner Vielseher-Studie heraus: Sowohl für ältere wie auch für jüngere Vielseher sind die stärksten Prädiktoren das Leben in einem Vielseher-Haushalt und das bisherige Ausmaß an Fernsehkonsum. Zumindest die intensiven Fernsehnutzer konnten sich dem familiären Vorbild nicht entziehen.

Umgekehrte Einflüsse von den Kindern auf die Eltern lassen sich aus vorliegenden Befunden über den Einfluß von Kindern auf die Fernsehprogrammwahl ableiten. So fand *Clarke* (1963; zit. n. *Chaffee et al.* 1971), daß vier von 10 befragten Eltern angaben, ihr Kind habe das abendliche Fernsehprogramm ausgewählt oder empfohlen, und dies unabhängig von der Art der Sendung. Darüber hinaus berichtet *Bottorff* (1970; zit. n. *Chaffee et al.* 1971), daß Eltern häufiger

ihre Kinder fragen, welches Programm gesehen werden soll, als umgekehrt. Nach *Jeffries-Fox* und *Gerbner* (1977) sind in einer Stichprobe von Acht- bis Zehntklässlern nur in einem Drittel der Fälle die Eltern an der Entscheidung über das Einschalten des Fernsehgerätes beteiligt. Eine Art der Kontrolle wird aber von 59% der Eltern angegeben (41% nach Erledigung der Hausarbeiten, 20% keine Gewalt-sendungen, 16% Einhaltung von Schlafenszeiten). Diese Einschränkungen kamen häufiger vor in intakten Familien, höherer Sozialschicht und bei geringerem Fernsehkonsum der Eltern. Das Ausmaß des Fernsehkonsums der Kinder hing aber nicht mit diesen elterlichen Kontrollversuchen zusammen.

Das korrelative Vorgehen erlaubt es nicht, auf Familienbeziehungen Rücksicht zu nehmen, in denen ein Prozeß des Antimodelling vorhanden ist, Diskrepanzen werden im allgemeinen der Fehler- und unaufgeklärten Restvarianz zugerechnet. Zumindest aus qualitativen Studien kann aber ersehen werden, daß es auch direkte Protesthaltungen und bewußt anders gesetzte Verhaltensstile bei Jugendlichen gibt (*Stückrath, Schottmayer* 1967; *Jugendwerk der Deutschen Shell* 1982, 1985).

3. Die Mediennutzung durch Kinder kann schließlich durch intentional von Eltern gesetzten Schranken und Aufforderungen bestimmt sein. Hierbei ist zu denken an

- a) direkte Kontrolle und Beschränkung des Medienkonsums,
- b) kommentierende Stellungnahme zu einzelnen Sendungen,
- c) Lehren eines kritischen Medienkonsums und
- d) eigene aktive Teilnahme an dem Medienkonsum der Kinder (*Leifer et al.* 1974).

Die empirische Evidenz zu diesen Aspekten wurde in Abschn. 3.7 dargestellt. Zu ergänzen ist, daß das Fernsehen auch als Möglichkeit zur Steuerung von Kindern eingesetzt wird (*Lyle, Hoffman* 1972; *Hunziker et al.* 1973; *Lukesch* 1985a). Da das Fernsehen eine beliebte Tätigkeit darstellt, liegt es nahe, die Zugangsmöglichkeit zu diesem Medium in erzieherischer Absicht zu steuern. Ob dies den Eltern tatsächlich in kompetenter Weise gelingt, ist nicht bekannt. Das Erteilen von Fernsehverbot bei inadäquatem Verhalten scheint zumindest bei jüngeren Kindern ein häufig eingesetztes Erziehungsmittel zu sein (*Thyssen* 1977, 279; z. B. bei 60% der Vorschulkinder). Ob ein solches Verbot tatsächlich eingehalten wird, steht auf einem anderen Blatt, da sich Kinder in der Regel an eine andere Person wenden, um ihre Interessen durchzusetzen. Fernsehen als Belohnung einzusetzen, ist ebenfalls nicht unproblematisch, da hierbei häufig die Erlaubnis zu überlangem Fernsehkonsum bzw. zum Anschauen von Filmen, die sonst verboten sind, erteilt wird. *Thyssen* (1977, 280) verweist zusätzlich darauf, daß die Kinder Wohlverhalten instrumentell zur Durchsetzung von Fernsehkonsum einsetzen (z. B. „Wenn ich für

Papa Bier holen gehe, dann läßt er mich auch länger sehen“). Bereits *Himmelweit* et al. (1958, 48) gaben die Empfehlung, Fernsehen nicht als Mittel zur Belohnung oder Bestrafung von Kindern zu verwenden, da dadurch der Wert der Fernsehtätigkeit für die Kinder an sich erhöht werde.

4. Das Mediennutzungsverhalten kann darüber hinaus durch Gemeinsamkeiten in bezug auf verschiedenste Hintergrundfaktoren, die sowohl für die Eltern wie auch ihre Kinder gelten, bestimmt sein. Die gemeinsame Lebenslage, Sozialschichtzugehörigkeit, der gleiche Wohnort, der gleiche ökologische Kontext, **Familienkonflikte**, Ähnlichkeiten in bezug auf Persönlichkeitsmerkmale und Interessen können als Drittvariable gleichartige Nutzungsmuster bewirken.

5. Seit einer lange zurückliegenden Untersuchung von *Maccoby* (1954) wird von einem Zusammenhang zwischen vermehrtem Fernsehen und strenger elterlicher Erziehung ausgegangen und im Sinne der Eskapismus-These interpretiert. Auch *Schramm* et al. (1961, 125) berichten von einem höheren Medienkonsum in bezug auf Fernsehen, Radio und Kinobesuche bei Kindern, die mit ihren Eltern Konflikte haben. Dieser Zusammenhang wurde von *Hunziker* et al. (1975) der Tendenz nach bestätigt. Dabei wurde zusätzlich herausgestellt, daß diese Möglichkeit im Grunde nur bei Mittelschichtfamilien besteht, da in der sozialen Unterschicht generell ein erhöhter Fernsehkonsum vorliege, Fernsehen also keine Rückzugsmöglichkeit bei frustrierenden elterlichen Erziehungsmethoden biete.

Wie multifaktorielle Analysen jedoch nahelegen, ist die Beschränkung auf den Zusammenhang elterlicher Erziehungsstil und Fernsehkonsum von Kindern bei weitem nicht hinreichend. So konnten *Schneewind* et al. (1983) zeigen, daß innerhalb eines miteinander vernetzten Komplexes von Bedingungsvariablen die Qualität der Eltern-Kind-Beziehung eine untergeordnete Rolle spielt im Vergleich zur Bedeutung eines anregungsreichen ökologischen Kontextes, der sozialbezogenen Aktivitäten des Kindes, einem anregungsreichen Familienklima und direkten restriktiven Haltungen der Eltern hinsichtlich des Fernsehkonsums. Mit dieser Untersuchung wird zugleich ein Weg gezeigt, wie Kinder vom Fernsehen abgehalten werden können, nämlich durch das Leben eines aktiven kindorientierten Verhaltensstils.

## Literatur

- Abel, J.D.*: The family and child television viewing. *J. Marriage and the Family* 38 (1976) 331—335
- AG.MA (Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.): *Media-Analyse 1984—86* für Publikumszeitschriften, Tageszeitungen, Lesezirkel, Hörfunk, Fernsehen, Filmtheater. Media-Micro-Census GmbH, Frankfurt/M. 1984—1986
- Allouche-Benayoun, B.J.*: Der Einfluß des bewegten Bildes auf Kinder und Jugendliche. *Fernsehen und Bildung* 9 (1975) 229—248
- Bachmair, B.*: Folgen kommunikationstechnologischer Innovationen für Familienziehung, Kinderalltag und Medienpädagogik. Mimeo GfK, Kassel 1987
- Bauer, W., Baur, E., Kungel, B.*: Vier Wochen ohne Fernsehen. Spiess, Berlin 1976
- Bessler, H.*: Videotext-Nutzung im Feldversuch ARD/ZDF. *Media Perspektiven* 1 (1983) 39—46
- Bezirksregierung Hannover: *Gewalt und Horror in Videofilmen. Studie als Gesprächsplattform für Konferenzen und Veranstaltungen in Schulen.* Eigenverlag, Hannover o.J.
- Blücher, V.Graf*: *Freizeit in der industriellen Gesellschaft — Dargestellt an der jüngeren Generation.* Enke, Stuttgart 1956
- Bonfadelli, H., Darkow, M., Eckhardt, J., Franzmann, B., Kabel, R., Meier, W., Weger, H.-D., Wiedemann, J.*: *Jugend und Medien. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission und der Bertelsmann-Stiftung.* Metzner, Frankfurt/M. 1986
- Bronfenbrenner, U.*: Diskussionsbemerkung. In: *J. Clayre* (Hrsg.), *The impact of broadcasting.* Compton Russell, London 1973, S. 20
- Buerkel-Rothfuss, N.L., Greenberg, B.S., Atkin, C.S., Neuendorff, K.*: Learning about the family from television. *J. Communication* 32 (1982) 191—201
- Buss, M.*: *Die Vielseher. Fernseh-Zuschauerforschung in Deutschland. Theorie—Praxis—Ergebnisse.* Metzner, Frankfurt/M. 1985
- Chaffee, S.H., McLeod, J.M., Atkin, Ch.K.*: Parental influences on adolescent media use. *Amer. Behav. Sci.* 14 (1971) 323—340
- Chaffee, S.H., Tims, A.R.*: Interpersonal factors in adolescent television use. *J. Soc. Iss.* 32 (1976) 98—115
- Csikszentmihalyi, M., Kubey, R.*: Television and the rest of life: A systematic comparison of subjective experience. *Publ. Opinion Quart.* 45 (1981) 317—328
- Dahms, H.*: *Wie Zuschauer fernsehen — Zur Qualität des „Fernsehkontakts“.* *Media Perspektiven* 4 (1983) 279—286
- Darschin, W., Frank, B.*: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fortsetzungsbericht zur Fernsichtnutzung im Jahre 1982. *Media Perspektiven* 5 (1983) 343
- Darschin, W., Frank, B.*: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Ergebnisse der GfK-Fernsehforschung für das Jahr 1985. *Media Perspektiven* 4 (1986) 209—222
- Deutsche Bundespost: *Geschäftsbericht 1985.* BMfPuFW, Bonn 1986
- Ehlers, R.*: *Nutzung und Akzeptanz der regionalen und überregionalen Videotext-Angebote. Ergebnisse einer Trendbefragung.* *Media Perspektiven* (1985) 471—478

- Eurich, C., Würzburg, G.: Fernsehen und Familie. Eine Alltagsarchäologie. *Medium* 19, 13 (1983) 22–26
- Frank, B.: Einschalt- und Sehverhalten in der Familie. Neuere Ergebnisse der Teleskopie-Zuschauerforschung. In: ZDF (Hrsg.), *Familie und Fernsehen*. ZDF-Schriftenreihe, Medienforschung, Bd. 21. Mainz 1978, S. 5–19
- Frank, B.: Fernsehen: Zuschauerverhalten und Zuschauerinteressen. Ergebnisse und Überlegungen aus der Forschungsarbeit der Rundfunkanstalten. In: D. Prokop (Hrsg.), *Medienforschung*, Bd. 2: Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Fischer, Frankfurt/M. 1985, S. 152–184
- Fruh, T., McGhee, P.E.: Traditional sex role development and amount of time spent watching television. *Developmental Psychology* 11 (1975) 109
- Gerbner, G., Gross, L.: Living with television: The violence profile. *J. Communications* 26 (1976) 172–199
- Glendon, L.M., Butsch, R.: The family as portrayed on television 1946–1978. In: D. Pearl, L. Bouthilet, J. Lazar (Hrsg.), *Television and behavior*, Vol. 2. NIMH, Rockville, Maryland 1982
- Glogauer, W.: Konsum indizierter Videos durch Jugendliche nach Inkrafttreten der neuen Jugendschutzgesetzgebung. BPS-Report 1985a, S. 1–4
- Glogauer, W.: Erkenntnisse und Perspektiven zum Videofilm-Konsum bei Kindern und Jugendlichen. *Unterrichten/Erziehen* 1985b, S. 6–13
- Havlicek, D., Steinmann, M.F.: Radio, Fernsehen und Kinder. Eine Studie über den Tagesablauf, das Freizeit- und Medienverhalten von Kindern sowie ihrer Einstellungen und jene der Eltern zu Radio und Fernsehen, unter Berücksichtigung weiterer Fragestellungen. Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG, Zürich IX (1980) 164 (SRG Forschungsdienst)
- Himmelweit, H., Oppenheim, A.N., Vince, P.: *Television and the child: An empirical study of the effects of television on the young*. Oxford University Press, London 1958
- Hoffmann, K.: Videoboom in den USA. Veränderungen auf dem Film- und Fernsehmarkt erwartet. *Media Perspektiven* (1984) 767–772
- Hofstätter, P.: *Einführung in die Sozialpsychologie*. Kröner, Stuttgart 1963
- Horn, J.: Jugend und Fernsehen. Bericht über Einstellungen und Verhalten der 14–24jährigen gegenüber dem Fernsehen. ZDF-Schriftenreihe Medienforschung, Heft 14, Mainz 1975
- Horn, J.: Einstellungen und Verhalten der Eltern zum Fernsehen der Kinder. Ergebnisse aus Sonderuntersuchungen und Projektstudien. In: ZDF (Hrsg.), *Familie und Fernsehen*. ZDF-Schriftenreihe Medienforschung, Heft 21, Mainz 1978, S. 30–37
- Hunziker, P.: Fernsehen in der Familie. Eine Analyse der Gruppenstrukturen. *Fernsehen und Bildung* 11 (1977) 269–285
- Hunziker, P., Kohli, M., Lüscher, K.: Fernsehen im Alltag der Kinder. *Rundfunk und Fernsehen* 21 (1973) 383–405
- Hunziker, P., Lüscher, K., Fauser, R.: Fernsehen im Alltag der Familie. *Rundfunk und Fernsehen* 9 (1975) 284–315
- Infratest Medienforschung: *Kommunikationsverhalten und Buch*. Endbericht. Bertelsmann-Stiftung, Güterloh 1978
- Jeffries-Fox, S., Gerbner, G.: Fernsehen und Familie. *Fernsehen und Bildung* 11 (1977) 222–234
- Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.): *Jugend '81. Lebensentwürfe, Alltagskulturen, Zukunftsbilder*. Leske & Budrich, Opladen 1982
- Jugendwerk der Deutschen Shell (Hrsg.): *Jugendliche und Erwachsene '85. Generationen im Vergleich*. Leske & Budrich, Opladen 1985
- Kellner, H.: Fernsehen als Sozialisationsfaktor. Visuelle Aufmerksamkeit und verbale Kommunikation unter dem Einfluß des Fernsehens. Ergebnisse zweier Grundlagenprojekte. In: ZDF (Hrsg.), *Familie und Fernsehen*. ZDF-Schriftenreihe, Medienforschung, Heft 21. Mainz 1978, S. 20–29
- Kiefer, M.-L.: *Kommunikationsverhalten und Buch*. *Media Perspektiven* 9 (1978) 609–631
- Kreeshan, B.: *Family and television*. *Young Children* 38 (1983) 46–55
- Küchenhoff, E.: *Die Darstellung der Frau und die Behandlung von Frauenfragen im Fernsehen*. Kohlhammer, Stuttgart 1975
- Kulpok, A.: Vier Jahre Videotext-Feldversuch ARD/ZDF. *Media Perspektiven* 3 (1984) 202–210
- Kunczik, M.: *Aggression und Gewalt*. In: H.J. Kagelmann, D. Wenninger (Hrsg.), *Medienpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen*. Urban & Schwarzenberg, München 1982, S. 1–8
- Leifer, A.D., Gorden, N.J., Graves, S.B.: *Children's television: More than mere entertainment*. *Harvard Educational Review* 44 (1974) 213–245
- Lorey, E.M.: Eltern als „Problemkinder“ bei Kindersendungen. Der programmbezogene Lernprozeß eines Programmachers, unter anderem ausgelöst durch die Ergebnisse der Fernsehforschung. In: ZDF (Hrsg.), *Familie und Fernsehen*. ZDF-Schriftenreihe, Medienforschung, Heft 21. Mainz 1978, S. 38–40
- Lüscher, K.: *Medienökologie*. *Reformatio* 30 (1981) 350–358
- Lukesch, H.: *Grunddaten zum Fernsehkonsum bei Kindern und Jugendlichen*. Regensburg 1985a
- Lukesch, H.: *Grunddaten zur Nutzung und Bewertung von Video-Filmen durch Kinder und Jugendliche*. Regensburg 1985b
- Lukesch, H.: *Grunddaten zum Kinobesuch bei Kindern und Jugendlichen*. Regensburg 1985c
- Lukesch, H.: *Video- und Fernsehkonsum und das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen*. *Z. Sozialisationsforsch. Erziehungssoz.* 6 (1986) 265–283
- Lukesch, H.: *Videorecorder und Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen*. *Rundfunk und Fernsehen* 35 (1987) 91–98
- Lyle, J., Hoffman, H.R.: *Children's use of television and other media*. In: E.A. Rubinstein, G.A. Comstock, G.P. Murray (Hrsg.), *Television and social behavior*, Vol. 4. U.S. Government Printing Office, Rockville, Maryland 1972, S. 129–256
- Maccoby, E.E.: *Why do children watch television?* *Public Opinion Quarterly* 18 (1954) 239–244
- McLeod, J.M., Fitzpatrick, M.A., Glynn, C.J., Fallis, S.F.: *Television and social relations: Family influences and consequences for interpersonal behavior*. In: D. Pearl, L. Bouthilet, J. Lazar (Hrsg.), *Television and behavior*. U.S. Government Printing Office, Rockville, Maryland 1982, S. 272–286
- Meier, W., Bonfadelli, H.: *Evaluation der Btx-Begleitforschungen*. *Media Perspektiven* 9 (1985) 692–701
- Meyn, H.: *Die neuen Medien. Neue Chancen und Risiken*. *Colloquium-Verlag*, Berlin 1984
- Mundt, J.W.: *Vorschulkinder und ihre Umwelt*. Beltz, Weinheim 1980
- Nave-Herz, R., Nauck, B.: *Familie und Freizeit*. Juventa, München 1978

- Pfeiffer, K.H.*: Der manipulierte Zuschauer: Wie uns das Fernsehen beeinflusst. Herder, Freiburg 1975
- Pfiffering, J., Wiedemann, J.*: Videoboom und Fernsehkonsum — eine erste Zwischenbilanz. Media Perspektiven 8 (1983) 570—581
- Phono Press: Phonomarkt 1983. Media Perspektiven (1984) 500
- Postman, N.*: Wir amüsieren uns zu Tode. Fischer, Frankfurt/M. 1985
- Radevagen, T., Zielinski, S.*: Video-Software 1984 — Strukturen des Marktes und Tendenzen des Angebots. Media Perspektiven 5 (1984) 372—388
- Rojas, C.*: The relationship between parental TV viewing patterns, parental influence, and children's TV viewing patterns. University of Oregon 1978 (unpubl. diss.)
- Ronneberger, F.*: Nutzung und Akzeptanz von Fernsehen und Hörfunk in München. Media Perspektiven 4 (1986) 223—236
- Ronneberger, F., Gerhard, P.*: Kabelpilotprojekt München. Ergebnisse einer ersten Telefonbefragung. Media Perspektiven (1984) 961—969
- Rosenblatt, P.C., Cunningham, M.R.*: Television watching and family tensions. J. Marriage and the Family 38 (1976) 105—111
- Saxer, U., Bonfadelli, H., Hätten-Schwiber, W.*: Fernsehen im Leben der Züricher Kinder. In: *H. Sturm, R.J. Brown* (Hrsg.), Wie Kinder mit dem Fernsehen umgehen. Stuttgart 1979, S. 99—114
- Scarbath, H.*: Grenzen der Liberalität. Pädagogisch-politische Perspektiven gegen die Mediengewalt. In: *A. Rucktäschel, R. Stefen* (Hrsg.), Video-Provokation ohne Antwort. Katholischer Akademie Verlag, Hamburg 1984, S. 45—68
- Schmerl, C.*: Das Frauen- und Mädchenbild in den Medien. Leske & Budrich, Opladen 1984
- Schneewind, K.A.*: Erziehungs- und Familienstile als Bedingungen kindlicher Medienerfahrung. Fernsehen und Bildung 13 (1976) 234—248
- Schneewind, K.A., Beckmann, M., Engfer, A.*: Eltern und Kinder. Kohlhammer, Stuttgart 1983
- Schramm, W., Lyle, J., Parker, E.B.*: Television in the life of our children. Stanford University Press, Stanford 1961
- Schreiber, M., Häring, H.*: Gewaltdarstellung im Fernsehen und Kriminalität. Fernsehen und Bildung 3 (1971) 157—161
- Schütz, W.J.*: Die redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse 1985. Media Perspektiven 7 (1985) 564—578
- Singer, D.G., Singer, J.L.*: Family television viewing habits and the spontaneous play of preschool children. Amer. J. Orthopsychiatry 46 (1976) 496—502
- Sinus-Institut: Die verunsicherte Generation. Jugend und Wertewandel. Leske & Budrich, Opladen 1983
- Stadt Schweinfurt — Stadtbildstelle: Umfrageaktion der Stadtbildstelle Schweinfurt zum Thema „Video/Fernsehen“ an den Grund- und Hauptschulen im Landkreis und in der Stadt Schweinfurt. Eigenverlag, Schweinfurt 1984
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch der Bundesrepublik Deutschland 1953—1986. Kohlhammer, Stuttgart 1953—1986
- Stefen, R.*: Gewaltkriminalität durch Gewaltdarstellungen in Massenmedien? (Thesen zum Ursachenzusammenhang und zu Maximen für einen modernen Jugendschutz.) Medien & Sexualpädagogik 1 (1973) 3—10
- Stolte, D.* (Hrsg.): Das Fernsehen und sein Publikum. v. Hase & Koehler, Mainz 1973
- Stolte, D.*: Das Fernsehen in der Bundesrepublik auf dem Weg in die achtziger Jahre. Frankf. Hefte 33 (1978) 39—46
- Strzelewicz, W.*: Jugend in ihrer freien Zeit. Deutsches Jugendinstitut, Bd. 11. Juventa, München 1968
- Stückrath, F.*: Das Fernsehen der ländlichen Berufsjugend. Film—Bild—Ton 3 (1966) 4—9
- Stückrath, F., Schottmayer, G.*: Fernsehen und Großstadtjugend. Westermann, Braunschweig 1967
- Teichert, W.*: „Fernsehen“ und Interaktion. Fernsehen und Bildung 11 (1977) 286—296
- Thyssen, S.*: Vorschulkinder und Massenmedien. Feldstudie aus einer rheinischen Stadt. Studienverlag Dr. N. Brockmeyer, Bochum 1977
- Wartella, E.A.*: Frauen und Fernsehwerbung. Fernsehen und Bildung 14 (1980) 102—115
- Waters, J.K., Stone, V.A.*: Television and family communication. J. Broadcasting 15 (1971) 409—414
- Wersig, G.*: Informationssoziologie. Fischer-Athenäum, Frankfurt/M. 1973
- Wiedemann, J.*: Hörerdaten auf dem Prüfstand. Zur Validität und Kontaktqualität von Hörerdaten. Media Perspektiven (1984) 561—567
- Wild, Ch.*: Die Videorecordernutzung im GfK-Meter-System. Media Perspektiven 3 (1986) 183—193
- Winn, M.*: Die Droge im Wohnzimmer. Rowohlt, Reinbek 1979
- Zoltan, J.*: Ungarische Untersuchungen zur Sozialisation von Kindern und Jugendlichen im Hinblick auf das Fernsehen. Fernsehen und Bildung 9 (1975) 208—224