



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Gesellschaft- Macht- Medien

Kinder dieser Zeit- Zeit für Veränderung?

Die Rolle und Wirkung von Kinder -, Film und Fernsehen im  
Prozess des sozialen Wandels

Verfasserin

Stefanie Seidel, BA

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt: Magisterstudium Publizistik- u. Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer: o. Uni. Prof., Dr. phil. Thomas A. Bauer



# EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Die nicht belegte Verwendung der geistigen Arbeit anderer, insbesondere die nicht zitierte Übernahme oder Paraphrasierung von Passagen aus deren Werken, konstituiert ein Plagiat.

Die auszugsweise oder gänzliche Aneignung fremder Arbeiten zur bewussten Erschleichung eines Leistungsnachweises kann studien- und zivilrechtliche Konsequenzen zeitigen. Ebenso ist die erneute Abgabe eigener oder fremder Texte sowie von Arbeiten, die nur geringfügig modifiziert wurden, zum selben Zweck unzulässig.

Somit erkläre ich hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Thesis selbständig und ohne unzulässige fremde Hilfe angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde bisher weder in gleicher noch in ähnlicher Form einer anderen Prüfungsbehörde vorgelegt oder gar auf anderem Wege veröffentlicht.

Wien, 14. Jänner 2013

Stefanie Seidel





# DANKSAGUNG

Ich bedanke mich bei meinem Diplomarbeitsbetreuer, o. Uni. Prof., Dr. phil. Thomas A. Bauer, der mir die fachliche Hilfestellung leistete, die Ideen für mein Forschungsvorhaben empirisch umzusetzen.

Außerdem möchte ich mich bei seiner Studienassistentin Martina Wieser- Walz bedanken, da sie immer ein offenes Ohr für Fragen hatte.

Besonderer Dank gilt dem Team der Deutschen Medienstiftung GOLDENER SPATZ, insbesondere der Geschäftsführerin/Festivalleiterin Margret Albers, Marina Stüwe der Assistentin der Festivalleitung und Katharina Trautmann der Organisatorin der Kinderjuries. Sie ermöglichten mir den Einblick in das Archiv der Mitmach-Bögen von 20 Jahren Festivalgeschichte in Gera und sind somit das Fundament meiner Arbeit.

Ein großes Dankschön möchte ich auch an alle Kinder richten die in Form von Interviews fleißig meine Fragen beantworteten.

Danke möchte ich auch an meine geliebten Eltern Gabriele und Professor Dr. Jörg Seidel sagen, die mir überhaupt dieses Studium in Österreich ermöglichten und mich während der Zeit seelisch und moralisch unterstützten, aber auch Anregungen für meine wissenschaftliche Arbeit gaben und mich für gewisse Fragestellungen sensibilisierten.

Vielen lieben Dank auch an den Rest meiner Familie, an meinen Mitbewohner und alle Freunde.

Ihr wart immer für mich da, wenn ich euch brauchte und stets an meinem Studium interessiert!

DANKE



## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1. EINLEITUNG</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1 Zielsetzung</b> .....	<b>10</b>
<b>1.2 Erkenntnisinteresse</b> .....	<b>14</b>
<b>1.3 Aktueller Theorie und Forschungsstand</b> .....	<b>16</b>
1.3.1 Der GOLDENE SPATZ .....	24
<b>1.4 Methodisches und theoretisches Vorgehen</b> .....	<b>26</b>
<b>2. GESELLSCHAFT – MACHT – MEDIEN</b> .....	<b>31</b>
<b>2.1 Allgemeine Begriffsbestimmungen</b> .....	<b>31</b>
<b>2.2 Kindheit</b> .....	<b>37</b>
<b>2.3 Das Prinzip des Modelllernens</b> .....	<b>40</b>
<b>2.4 Der Generationenbegriff</b> .....	<b>42</b>
2.4.1 Zum pädagogischen Generationenbegriff.....	44
2.4.2 Zum historisch-gesellschaftlichen Generationenbegriff.....	45
<b>3. NEUE PERSPEKTIVEN – MEDIENZUWENDUNG ALS SOZIALES HANDELN</b> .....	<b>45</b>
<b>3.1 Uses-and-Gratifications-Ansatz</b> .....	<b>45</b>
<b>3.2 Der sozioökologische Ansatz nach Baake</b> .....	<b>47</b>
<b>3.3 Handlungstheoretischer Zugang</b> .....	<b>48</b>
3.3.1 Zielsetzungen handlungsorientierter Medienpädagogik.....	49
<b>4. DIE SOZIALE BEGRÜNDUNG VON WERTEN, NORMEN UND MORAL</b> .....	<b>55</b>
<b>4.1 Die Moral beim Kinde</b> .....	<b>58</b>
<b>4.2 Wertebildung Heranwachsender in Film und Fernsehen</b> .....	<b>63</b>
4.2.1 Wertefelder .....	64
<b>4.3 Werte im Kinderfilm und -fernsehen</b> .....	<b>65</b>
4.3.1 Serien .....	66

<b>5. KINDERFILM UND –FERNSEHEN – EINE HERAUSFORDERUNG? .....</b>	<b>67</b>
<b>5.1 Vom Fernsehen und dem Verschwinden der Kindheit .....</b>	<b>67</b>
<b>5.2 Ki.KA – der Kinderkanal von ARD und ZDF .....</b>	<b>70</b>
5.2.1 Die letzten Jahre – eine zunehmende Kommerzialisierung? .....	71
5.2.2 Ein Vergleich zum Privatfernsehen .....	72
<b>5.3 Der Kinderfilm .....</b>	<b>73</b>
5.3.1 Alterseinstufungen und FSK-Kennzeichen.....	74
5.3.2 Genres des Kinderfilms.....	77
<b>5.4 Kinderfilm und -fernsehen ein Spiegel der Gesellschaft? .....</b>	<b>78</b>
5.3.3 Kinderfilm und -fernsehen im Wandel .....	80
<b>5.5 Die Zielgruppe der 9 bis 13 Jährigen .....</b>	<b>83</b>
<b>6. DIE ROLLE UND WIRKUNG DES KINDERFILM UND – FERNSEHENS</b>	<b>85</b>
<b>6.1 Identitätsentwicklung im Kinderfilm und -fernsehen .....</b>	<b>86</b>
<b>6.2 Die Handlung im Kinderfilm und -fernsehen .....</b>	<b>89</b>
<b>6.3 Brauchen Kinder Grenzen? .....</b>	<b>90</b>
6.3.1 Film und Fernsehen in der Familie .....	91
<b>6.4 Kinderfilm und -fernsehen – Ein Erfolgsrezept.....</b>	<b>93</b>
6.4.1 Family-Entertainment .....	94
<b>7. KINDERFILME DIESER ZEIT .....</b>	<b>96</b>
<b>7.1 Generationen zu Genderstereotypen in Film und Fernsehen .....</b>	<b>96</b>
<b>7.2 Von den Vorstadtkrokodilen, den wilden Kerlen und Hühnern .....</b>	<b>97</b>
7.2.1 Was macht „Die wilden Kerle“ so wild? .....	99
7.2.2 So wild sind die Hühner gar nicht.....	101
<b>8. UNTERSUCHUNGSDESIGN UND METHODEN.....</b>	<b>104</b>
<b>8.1 Ausformulierungen konkreter Forschungsfragen und Hypothesen .....</b>	<b>105</b>
I.    Kino- und Fernsehkonsum .....	106
II.   Kino- und Spielfilme .....	106
III.  Sendungen .....	106

IV.	Wunschhalte .....	106
V.	Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschhalten.....	107
VI.	Internet.....	107
VII.	Goldener Spatz .....	107
<b>8.2</b>	<b>Untersuchungsgegenstand.....</b>	<b>108</b>
<b>8.3</b>	<b>Operationalisierung .....</b>	<b>110</b>
I.	Kino- und Fernsehkonsum .....	110
II.	Kino- und Spielfilme .....	111
III.	Sendungen .....	112
IV.	Wunschhalte .....	113
V.	Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschhalten.....	113
VI.	Internet.....	114
VII.	Goldener Spatz .....	115
<b>9.</b>	<b>ERGEBNISDARSTELLUNG UND AUSWERTUNG DER ERHOBENEN</b>	
<b>DATEN.....</b>	<b>.....</b>	<b>116</b>
<b>9.1</b>	<b>Allgemeine Häufigkeiten, Altersklassen, Jahrgänge .....</b>	<b>116</b>
I.	Kino- und Fernsehkonsum .....	117
i.	Kino .....	117
ii.	Fernsehen.....	119
iii.	Tests zu Kino- und Fernsehhäufigkeit .....	121
<b>II.</b>	<b>Kino- und Spielfilme.....</b>	<b>123</b>
i.	Beliebte Filme.....	123
ii.	Filmgenre.....	127
<b>III.</b>	<b>Sendungen .....</b>	<b>129</b>
i.	Beliebte Sendungen .....	129
ii.	Sendungsgenre.....	132
<b>IV.</b>	<b>Wunschhalte .....</b>	<b>134</b>
i.	Beliebte Wunschhalte .....	134
<b>V.</b>	<b>Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschhalten .....</b>	<b>135</b>
i.	Werte in Kino- Spielfilmen .....	136
ii.	Werte in Sendungen.....	139
iii.	Werte in Wunschhalten .....	142
iv.	Wertebetrachtung gesamt (über alle 6 WertevARIABLEN).....	144

VI. Internet.....	150
VII. Goldener Spatz .....	154

## **10. QUALITATIVER ZUSATZ – HALB- ODER TEILSTRUKTURIERTES**

### **INTERVIEW.....155**

#### **10.1 Gruppeninterview ..... 157**

I. Kino- und Fernsehkonsum.....	158
II. Kino- und Spielfilme.....	159
III. Sendungen .....	159
IV. Wunschinhalte.....	160
V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten.....	161
VI. Familie .....	162

#### **10.2 Gespräch mit Jurykind (12 Jahre) vom „Goldenen Spatz“ 2012..... 162**

I. Kino- und Fernsehkonsum.....	163
II. Kino- und Spielfilme.....	163
III. Sendungen .....	163
IV. Wunschinhalte.....	163
V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten.....	164
VI. Internet .....	165
VII. Familie.....	166

#### **10.3 Gespräch mit Junge (10Jahre) aus Deutschland, Thüringen ..... 166**

I. Kino- und Fernsehkonsum.....	166
II. Kino- und Spielfilme, Sendungen .....	166
III. Sendungen .....	167
IV. Wunschinhalte.....	167
V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten.....	167

## **11. DISKUSSION UND ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE..... 168**

### **11.1 Interpretation der Hypothesen ..... 168**

I. Kino- und Fernsehkonsum.....	168
II. Kino- und Spielfilme.....	170
III. Sendungen .....	177

IV. Wunschinhalte .....	182
V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten .....	184
VI. Internet .....	192
VII. Goldener Spatz .....	194
VIII. Familie .....	195
<b>11.2 Kinder dieser Zeit – Zeit für Veränderung?</b> .....	<b>196</b>
11.2.1 Wertewandel – Zeit für Veränderung? .....	196
11.2.2 Kinderfilm und -fernsehen – Zeit für Veränderung? .....	200
<b>12. AUSBLICK</b> .....	<b>205</b>
<b>12.1 Reflexion und Grenzen der Studie</b> .....	<b>205</b>
<b>12.2 Verwertung und Rückbindung an den Forschungsstand</b> .....	<b>207</b>
12.2.1 Film und Fernsehen in der Familie .....	209
12.2.2 Mit einer handlungsorientierten Medienpädagogik in die Zukunft? .....	209
<b>12.3 persönliches Fazit</b> .....	<b>212</b>
<b>13. LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>I</b>
ONLINE-QUELLEN.....	VII
ABBILDUNGEN.....	XI
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XII</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS</b> .....	<b>XII</b>
<b>ANHANG A: HALBSTRUKTURIERTE INTERVIEWS</b> .....	<b>XV</b>
<b>A.1 Interviewleitfaden</b> .....	<b>XV</b>
<b>A.2 Transkription halbstrukturierter Interviews</b> .....	<b>XVII</b>
<b>ANHANG B: VARIABLEN- QUANTITATIVER TEIL</b> .....	<b>XXXVII</b>
<b>FRAGEBOGEN</b>	
<b>LEBENS LAUF</b>	
<b>ZUSAMMENFASSUNG/ ABSTRACT</b>	

## 1. Einleitung

---

„Man weiß nie, was daraus wird, wenn die Dinge verändert werden. Aber weiß man denn, was daraus wird, wenn sie nicht verändert werden?“ (Elias Canetti, 1905-1994. In: Felsmann 2010, S. 13)

Massenmedien haben im letzten Jahrhundert eine zunehmende Bedeutung für die Kommunikation erlangt, mit der sich das System „Gesellschaft“ erst etablieren kann. (vgl. Grimm/ Horstmeyer 2003, S. 15)

"Wenn ich heimkomme, stelle ich mich direkt vor den Fernseher. Dann wissen die Kinder, dass ich zu Hause bin."(Robert Lembke)

So einfach ist das leider nicht mehr, denn wenn sich Eltern vor den Fernseher stellen, entreißen sie dann ihren Kindern auch Handy, Gameboy, PSP etc.? (vgl. <http://www.spatzwiki.de...15.12.2012>)

Ein Leben ohne Medien ist in unserer Gesellschaft und in der Kindheit heute nicht mehr vorstellbar. Auch wenn Erwachsene Kinder manchmal am liebsten von den Medien fernhalten würden, ist die moderne Kindheit zu einer Medien- und Konsumkindheit geworden, in der Kinder Qualifikationen im Umgang mit den Medien und mit dem Markt erwerben müssen. (vgl. Bickler, 2001, S. 1)

Kinder lernen noch vor der Schule sich in Form von Fernsehen, Video, CD-Spieler, Gameboy oder Computer Unterhaltung zu verschaffen. Kinder bleiben dabei sogenannte „passive Zuschauer und Konsumenten“. Sie schauen alles, was ihnen vor das Auge kommt. Angefangen von Kinderfernsehen über Werbung, Western, Talkshow und Tagesschau bis hin zu Krimis. (vgl. Stöcklin-Meier, 2009, S. 125)

Die Heranwachsenden werden heutzutage überschüttet mit der unüberschaubaren Fülle an Fernsehformaten und diversen 24-Stunden Kindersendern, ebenso durch die Fülle des DVD Angebots mit Erzählungen in unzähligen Folgen. Das Angebot reicht von Disney-Banalisationen bis hin zu asiatischen Animes. Geradezu leseferne Kinder können den Stoff ihrer narrativen Grundbedürfnisse dadurch abdecken. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 282)



„Die Zunahme von digitalen Formaten trägt zur kontinuierlichen Diversifizierung des Medienmarktes bei“. (<http://www.spatzwiki.de...15.12.2012>) Kinder gelten dabei als eine attraktive Zielgruppe. Die Heranwachsenden sind gegenüber Neuem aufgeschlossen und zunehmend kaufkräftig.

Kinder sind eben nicht nur eifrige konsumfreudige Mediennutzer, sondern gerade auch eine „neue Generation“ für die die Erwachsenen eine ganz besondere Verantwortung tragen. (vgl. *ebd.*)

„Die neuen Medien haben eine Entwicklung in Gang gesetzt, die immense Auswirkung auf die gesellschaftliche Stellung der Kinder hat.“ (Bickler 2001, S. 2)

Dadurch kommt man zu dem Ergebnis, dass der wesentliche Einfluss, den Medien auf das Leben von Kindern haben, zu klären ist.

Das bedeutet, sich intensiver mit der Medienwelt auseinandersetzen zu müssen und dementsprechend neben den Perspektiven der Medien und des Marktes, vor allem auch die Sicht der Medienexperten und der Kinder zu erfassen. Ein reiner Schutz vor den Medien mit den dazugehörigen Inhalten reicht nicht aus. Im Gegenteil, den Heranwachsenden wird somit die Chance auf neue Entfaltungsmöglichkeiten erst genommen. (vgl. *ebd.*)

Den Heranwachsenden wird häufig im Zusammenhang mit der Auflösung traditioneller Modelle verbundenen Informationsfluten, die sich durch Neue Medien ergeben, Orientierungslosigkeit und Überforderung im Umgang mit Komplexität zugeschrieben. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 399)

Doch sind Kinder unserer Zeit wirklich überfordert und orientierungslos? Welche Muster lassen sich erkennen?

Viele Kinder werden heutzutage geliebt und behütet. Bewusst werden sie in einer Abhängigkeit gehalten. Andere Kinder fühlen sich wie „Störenfriede“, die in der Welt der Erwachsenen gerade so als „Kleine“ geduldet werden. Es gibt nicht Wenige, die allein und auf sich gestellt um ihr „Überleben“ kämpfen müssen. Für die Einen ist Kindheit der „Inbegriff der menschlichen Unschuld“, für Andere die „Verkörperung von Hoffnung und Zukunft“. Verstärkt klagen Menschen über das „Verschwinden der Kindheit“ und über Gewalt gegen und zwischen Kindern. Heute reflektieren Filme diese verschiedenen Zugänge zum „Kind sein“. In einigen Filmen spiegeln sich Erzählungen mit aktuellen gesellschaftlichen Debatten wider. (vgl. Orth/ Staiger/ Valentin 2004, S. 7)

Formen der verschiedenen Genres von Reality-TV bis hin zum Dokumentarfilm lassen sich heute oft nur schwer unterscheiden. Ist es Realität oder nur ein fiktionaler Entwurf? Somit besteht die Gefahr, dass Authentizität durch „Glaubwürdigkeit“ ersetzt wird. (vgl. Felsmann 2010, S. 138)

Medien berichten täglich von Konfrontationen und Bürgerkriegen, Machtmissbrauch, Korruption, Ausbeutung, Raffgier und Terrorismus. Wer solchen Entwicklungen gegensteuern will, sollte sich fragen ob es Werte und Tugenden gibt, die allgemein helfen können, das Zusammenleben der Menschen erfreulicher und friedlicher zu gestalten. (vgl. Russi 2010, S. 9)

Oft auch ist beklagt worden, dass es zu einem „Werteverfall in jüngerer Zeit“ gekommen ist. Dass eine menschliche Gesellschaft komplett auf Werte verzichten sollte, ist jedoch kaum vorstellbar. (vgl. ebd. , S. 28)

Andererseits gibt es auch Ansichten, wie im nachfolgenden Zitat: „Die Nutzung der Medien und deren Nutzen vor allem für die nachfolgenden Generationen, ist mehr als Medientechnik oder vermeintlicher Verlust grundlegender Kulturtechniken“. (Marci-Boehncke/ Rath 2009, S. 15)

Aus medienpädagogischer Sicht wird das Verhältnis zwischen Kindern und audiovisuellen Medien als ein Interaktives beschrieben. Film- und Fernsehangebote haben verschiedene Funktionen. Kinder möchten unterhalten werden, suchen Hinweise zur Bewältigung des Alltags und finden in den Filmangeboten langfristige Modelle und Vorbilder für ihr Handeln. (vgl. Theunert/Lensen/Schorb 1995,S. 78)

Im Zusammenhang mit Familie, Freunden, Peergroups und sozialen Instanzen (z.B. Schule), tragen Medien wesentlich zur Identitätsbildung von Heranwachsenden bei. Geschichten und Helden aus dem Fernsehen dienen zur Identifikation und Orientierung und nehmen Einfluss auf die Entwicklung der Kinder.

Fernsehen hat sich zum Leitmedium etabliert, gehört zur Alltagswelt der Kinder und trägt mit Informationen, Unterhaltung und Erfahrungen zur Entwicklung von Wertvorstellungen bei. (vgl. Grimm, Horstmeyer 2003, S. 15f)

Da Film und Fernsehen in unserer heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken sind, ergeben sich Fragen beispielsweise dazu, wie die Programmverantwortlichen die Verantwortung für Kinder und Jugendliche wahrnehmen, welche Chancen und Risiken das vielfältige Angebot für die Vermittlung kultureller Vielfalt und Werte bietet und welche Tendenzen im Kinderfilm und- fernsehen zu beobachten sind. (vgl. [www.spatzwiki.de...5.2.2012](http://www.spatzwiki.de...5.2.2012))

Ob Identifikationen in dieser Umwelt überhaupt noch möglich sind, und ob es möglich sei, widersprüchliche mediale Botschaften zu einem Ganzen zu vereinen, werden angezweifelt. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 399)

Doch verhindert denn nicht gerade diese Sichtweise, dass die Heranwachsenden als aktive KonstrukteurInnen ihres Selbst, ausgestattet mit entsprechendem Handlungs- und Reflexionspotenzial, anerkannt werden und flexibel genug sind, sich in der postmodernen Gesellschaft zurechtzufinden? Bedeutet Identitätsentwicklung nicht gerade auch, Widersprüchlichkeiten zu thematisieren und zuzulassen? Bedeutet nicht gerade eine Akzeptanz von Inkonsistenten, dass sie zu einem Teil des Ganzen werden können? Ist es nicht vielmehr als Herausforderung, als eine Bedrohung zu verstehen, innerhalb eines vielfältigen Angebotes wählen zu können? Sollten nicht nur medial ausformulierte Handlungsmuster imitiert, sondern auch gelebt und weiterentwickelt werden? (vgl. Zauchner 2007)

Kinder haben das Recht zu Wort zu kommen, wenn es um ihre Anliegen geht. Die Regierungen räumen jedem Kind das Recht ein, dass es angehört werden muss, wenn es um seine Belange geht. „Die Meinung des Kindes soll bei allen Entscheidungen, die das Kind betreffen, angehört und berücksichtigt werden. Dabei erkennen die Regierungen an, dass auch ein Kind bereits die Fähigkeit hat, sich eine Meinung zu bilden und diese auch zu sagen“. (Artikel 12 der UN Kinderrechtskonvention 1997)

Die Heranwachsenden sollten mittels Film und Fernsehen Freude empfinden, lachen und vor allem neue Geschichten erfahren und daraus lernen.

„Wenn sich die Heranwachsenden neuen Sozialisationsumgebungen und neuen Entwicklungsaufgaben stellen, tragen sie ihre Medienerfahrungen und Kompetenzen immer als Ressourcen und Risiken mit sich“. (Süss 2004, S. 289)

## 1.1 Zielsetzung

---

Ziel sollte die Wiederbelebung der Kinderfilmproduktionen und das Ernstnehmen der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft sein. (vgl. Oberst 1997, S. 29)

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit soll sich auf Kinderfilm und -fernsehen begrenzen, da gerade das Fernsehen gegenüber der Nutzung von Online-Medien, noch eines der wichtigsten Medien ist, wie sich in Studien der letzten Jahre herausstellte. (vgl. JIM-Studie, 2011).

Dabei soll begründet werden, warum gerade Film und Fernsehen noch heute zu den wichtigsten Medien gehören. Das Verhältnis von Kindheit und Film der letzten 20 Jahre soll dabei auf unterschiedlichsten Themenfeldern nachgezeichnet werden.

Da die wissenschaftliche Arbeit nicht nur eine Momentaufnahme der Jahrtausendwende darstellen soll, sondern die aktuelle Situation, vor dem Hintergrund der letzten 20 Jahre einschätzen will, muss geklärt werden, wie der Begriff „Wandel“ erfasst werden kann. Dazu muss festgestellt werden, was wir unter „Wandel“ verstehen.

Neben dem Medienzugang (Bsp. eigener Fernseher) ist die Frage nach den Medieninhalten, was die Angebotsbreite des Film und Fernsehens den Kindern heutzutage bietet und wie sich diese in den letzten 20 Jahren verändert hat, von großer Bedeutung. Auch die Inhaltspräferenzen der Kinder, welche durch unterschiedliche Funktionalitäten begründet werden, sollen erfragt werden. Wandel kann somit darin bestehen, dass von bestimmten Generationen in den jeweiligen Altersgruppen Funktionalitäten unterschiedlich zugeschrieben werden. (vgl. Süß 2004, S. 81)

Kinder und Jugendliche beschränken ihre Auswahl. Im Gegensatz dazu meiden sie Angebote, welche explizit als Kinderprogramm etikettiert sind, je älter sie werden. (vgl. Aufderheide 1994)

Die empirische Forschungsarbeit soll sich deshalb speziell auf Kinder im Alter zwischen neun und dreizehn Jahren konzentrieren, da sich diese Altersgruppe oft für das Kinderprogramm zu alt fühlt, jedoch für das Erwachsenen-Programm zu jung.

Diese Altersgruppe will kein ausdrückliches Kinderfernsehen mehr, da sie sich langsam vom „Kindsein“ distanziert.

Es gibt zwar in Deutschland ein breites Angebot an Kinderfernsehen, jedoch steht dabei eine Frage, die sich die Programmverantwortlichen stellen sollten, an zentraler Stelle: Ist das Kinderfernsehen insgesamt für die breit gefächerte Zielgruppe attraktiv genug?

Was könnte außerdem für Kinder ab 8 Jahren getan werden? Könnten sie dem Kinderprogramm als Zielgruppe verloren gehen? Was finden die Heranwachsenden im Alter zwischen acht und dreizehn Jahren ansprechend und richtig „cool“?

Es wird allein anhand der Fragestellungen deutlich, wie schwierig es ist, ein anspruchsvolles Kinderfernsehen zu gestalten.

Der Bedarf, mehr Filme mit einem bewussten Medienumgang zu vermitteln, soll innerhalb der vorliegenden empirischen Arbeit deutlich gemacht werden.

Denn es gibt ein starkes Bedürfnis nach Informationen über die Welt, nach Möglichkeiten des Vergleichs mit realen Lebenserfahrungen Gleichaltriger und nach medial vermittelten Orientierungshilfen.

Deshalb sind Räume wichtig, in denen Interessen mit freien künstlerischen Mitteln gestaltet werden können. Kinder sollten die Chance bekommen, über subjektive Erzählansätze und künstlerische Gestaltungsformen, eigene Assoziationsketten und emotionale Impulse ausleben zu können. Ebenso wichtig ist auch, dass die Ansprüche und alltäglichen Medienerfahrungen geradlinig verlaufen. (vgl. Grün/Selg 2004, S. 106f)

Filme gehören auch heute noch, neben Videoclips und Internet, zu den populärsten Kinder- und Jugendmedien. Die Heranwachsenden haben Anspruch auf ein qualitativ hochwertiges Programmangebot, das der emotionalen Entwicklung von Heranwachsenden entspricht. (vgl., Blaschitz/ Seibt 2008, S. 390) Weiterhin soll die gestiegene Medienkompetenz der Kinder in die Spruchpraxis einfließen.

Eine weitere wichtige Forschungslücke im puncto Medienkompetenz, sind Diskussionen, ob Kinder durch das große Medienangebot überfordert sind und der Bedarf an Schutz somit mehr denn je besteht. Oder sind Kinder tatsächlich in der Lage mit Medieninhalten souveräner umzugehen als ihre Altersgenossen vor 30 Jahren?

Die zehn- bis dreizehnjährigen der 90er Jahre könnten dem Fernsehen oder dem Genre „Abenteuer“ einen anderen Stellenwert zugeschrieben haben als unsere „heutigen“ Zehn- bis Dreizehnjährigen.

Der Wandel des Medienalltags sollte also auch immer mit dem Hintergrund der Medienentwicklung interpretiert werden. Die Rolle der Medien hat aber nicht immer nur etwas mit der Entwicklung, sondern auch mit der Individualisierung, Globalisierung, Information und Wissen einer Gesellschaft zu tun. Deshalb muss gefragt werden, wie Kinder in eine Welt hineinwachsen, welches Verhältnis sie zu sich selbst und der Umwelt haben, welche Werte entscheidend sind, welche Angebote die Medien ihnen dabei unterbreiten und welche Rolle sie in der Stellung der Gesellschaft einnehmen. (vgl. Süß 2004, S. 81)

Vielleicht sind diese Aspekte sogar entscheidend für eine erstrebenswerte Medienzukunft?

In der vorliegenden Arbeit geht es darum, verschiedene Stellenwerte von Film und Fernsehen im alltäglichen Umgang herauszuarbeiten. Dabei sollen die zentralen Variablen des Film- und Fernsehalltags beschrieben und interpretiert werden. Der Bedarf, mehr Filme mit bewusstem Medienumgang zu vermitteln, sollte deutlich gemacht werden.

Offenbar gibt es ein starkes Bedürfnis nach Informationen über die Welt, nach Möglichkeiten des Vergleichs mit realen Lebenserfahrungen Gleichaltriger und nach medial vermittelten Orientierungshilfen. Relevant sind dabei auch die Fragen, welche Rolle Werte bei der Planung von Kinderprogrammen spielen, denn Wertevermittlung gehört zum Grundkonzept jeder Sendung und jedes Filmes.

Das Augenmerk der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit ist in erster Linie auf solche Filme gerichtet, die in Deutschland produziert werden und sich an die festgelegte „Zielgruppe“ der Acht- bis Dreizehnjährigen wenden.

Dabei sollen die Filmreihen „Die Vorstadtkrokodile“, „Die wilden Hühner“ und „Die wilden Kerle“ näher in ihrem zeitgenössischen Kontext betrachtet werden und exemplarisch auf die Inhalte der beliebten Filmproduktionen für Kinder eingegangen werden.

Im Vordergrund sollen dabei die Protagonisten, die Dramaturgie, die Geschichten und die besondere Ästhetik stehen. Auch die Qualität und welche Werte dabei eine Rolle spielen, soll diskutiert werden.

Anhand genauer betrachteter Beispiele innerhalb dieser Arbeit, soll die Darstellung von Kindheit im Film, aber auch Ziele, Werte und Ideale, mit denen sich der Film an sein junges Publikum wendet, aufgezeigt werden. Dabei soll u. a. die soziale Begründung von Werten, Normen und Moral mit einfließen. (Maslow, Rokeach, Piaget)

Mit dieser Herangehensweise werden sich die Sichtweisen verschiedener Disziplinen, wie die der Kindheitsforschung, der Mediengeschichte und der Filmanalyse abzeichnen. Der Film soll als Ausdruck der jeweiligen Zeit und Epoche verstanden werden, aber auch als Sozialisationsinstanz, von Kindern und deren Eltern. (vgl. Vollbrecht/ Wegener 2009)

Im Hintergrund steht dabei die Frage nach der Bedeutung von Film und Fernsehen in der Gesellschaft, als ein wichtiger Faktor im gesellschaftlichen Wandel. Dabei wird kritisch im Auge behalten, dass Kommunikationstechnologien den Wandel gesellschaftlicher Bedingungen in sich rasch ändernden Lebensgewohnheiten, wie Beruf und Freizeit und in allen Ausdrucksformen kulturspezifischen Medienverhaltens, mitprägen. Prozesse der Vermischung von Individual- und Massenkommunikation, von öffentlicher und nicht-öffentlicher Kommunikation ins Blickfeld zu nehmen, erweisen sich in meiner Arbeit als durchaus wichtig.

Die benutzten Methoden, die Erkenntnisse und die daraus resultierenden Medieninhalte und die Reaktionen der Kinder sind ein Schritt dahin, Kinder zu verstehen und ihre Bedürfnisse kennenzulernen und den aktuellen Stand der Forschung und den Bedarf aufzuzeigen.

Es sollte auf diesem Gebiet viel mehr Gelder geben, mehr Austausch zwischen Medienexperten, Pädagogen, Familien und Kindern stattfinden und vor allem die Medienpädagogik von Anfang an in Bildungseinrichtungen (vom Kindergarten über Schule) im Bildungsplan festgeschrieben stehen. (vgl. Junghanns 2005, S. 8f). In unserer heutigen Medienwelt ist der bewusste Umgang mit Medien hoch relevant. In diesem Bereich sollte es keinen Stillstand geben. Der Forschungsbedarf wächst mit dem Medienangebot und der Austausch zwischen Fachspezialisten, Familien und Kindern ist heute nicht mehr wegzudenken.

Kindheit und deren Lebensumstände haben sich mit den tiefgreifenden gesellschaftlichen Veränderungen nicht nur im Medienbereich, in den vergangenen Jahrzehnten verändert. Gemeinsam wirkt es sich auf den Kinderfilm und auch auf das Fernsehprogramm im Allgemeinen für die Heranwachsenden aus. (vgl. Völcker 2005, S. 38)

Kinderfilm und -fernsehen sind zentrale Bestandteile, die Kinder beim Aufwachsen zu begleiten und zu unterstützen versuchen. Mit der Verbindung des Arbeitsfeldes von Kindheit und Film setzten sich bislang nur wenige Experten, Filmschaffende und Pädagogen wissenschaftlich auseinander.

Den sinnvollen Umgang mit hochwertigen neuen Medien zu erlernen, ist ein großes Anliegen der empirischen Forschungsarbeit und an das aktuelle Bildungssystem in Deutschland und Österreich. In unserer heutigen Medienwelt ist der bewusste Umgang mit Medien hoch relevant. Im Speziellen auf den Kinderfilm und das -fernsehprogramm bezogen, soll innerhalb dieser Arbeit ersichtlich werden, wie wichtig Kinderfilm und -fernsehen ist und mit welcher Verantwortung es verbunden ist.

## **1.2 Erkenntnisinteresse**

---

Heutzutage wachsen Kinder mit elektronischen Medien auf und nutzen sie auf unterschiedlichste Art und Weise, dadurch ist es notwendig, Kinder nicht als bloße Zielgruppe zu betrachten, sondern ihre Wünsche, Bedürfnisse und Gewohnheiten ernst zu nehmen.

„Kinder suchen instinktiv das an Bildern, Tönen, Handlung und Figurenprofilen heraus, was ihnen Rätsel aufgibt, deren Lösung sie ahnen, was sie in Spannung versetzt“.  
(Sichtermann 1997, S. 14)

Häufig ist leider der kindliche Alltag von Frustration geprägt, noch nicht „groß genug“ zu sein, dem Wunsch nach Autonomie, der Erfahrung, dass viele Bedürfnisse von Erwachsenen verwehrt werden, aber auch durch Verlust- und Trennungsängste. (vgl. Thüringer 2001, S. 41)

Die heutige Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen folgt nicht mehr nur einfachen Angebotsstrukturen, sondern entwickelt sich durch individuelle Bedürfnisse und sich wandelnde Kontexte vom Kind zum Jugendlichen. (vgl. Süß 2004, S. 65f)



Kindern geht es in erster Linie um das Erleben und nicht um das Verstehen. (vgl. Thüringer, S. 40)

„Aus diesem Grund haben Kinder ein viel größeres Bedürfnis nach Tagträumen als Erwachsene. Je eingeschränkter ihr Alltagsleben ist, umso größer ist ihre Sehnsucht nach Stoffen, aus denen die Tagträume sind.“ (Bettelheim 1988, S. 5)

Kinder und Jugendliche beschränken ihre Auswahl auf speziell für sie entwickelte Medienangebote. (vgl. Aufderheide, 1994) Wichtig ist deshalb eine kindgerechte Dramaturgie, die sich an intellektuellen Fähigkeiten und psychosozialen Entwicklungen der Kinder orientieren sollte. (vgl. Thüringer 2001, S. 44)

„Kinder wollen ihre Filme nicht rational verstehen, sie wollen sie ganzheitlich empfinden. Dies zeigen ihre Wünsche nach lustigen, spannenden und erregenden Produktionen, ihr Verlangen nach Nervenkitzel.“ (Rogge 1994, S. 45)

Filme und andere Medien haben Kinder in ihrer Sozialisation unmittelbar zu unterstützen und sie an der Dramaturgie teilhaben zu lassen, damit die Heranwachsenden über Rollenbilder, Konfliktlösungen, Beziehungsformen, Toleranz und Zivilcourage etwas lernen und erfahren können. Kinderfilme haben den gleichen Anspruch auf Förderung und Qualitätssicherung, wie die übrigen Filme. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 128f)

Des Öfteren wird jedoch der Kinderfilm in Deutschland in der breiten Öffentlichkeit und selbst bei vielen Fachleuten immer noch milde belächelt oder als künstlerisch und thematisch uninteressant eingestuft. (vgl. ebd. )

Seit 1951 wird der deutsche Filmpreis vergeben. Doch erst im Jahr 2000 kam die Kategorie für den besten Kinder- und Jugendfilm hinzu. Dies zeigt, dass in dieser Kategorie lange ein gesellschaftlicher und kultureller Mangel bestand. (vgl. Völcker 2005, S. 11) Eine Aufteilung der Begriffe in Ware „Kinderfilm“ und Filme für das „normale“ Publikum und die Konditionierung des Publikums, insbesondere durch TV-Animationsfilme, zeigen längst Wirkungen. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 128)

Die Ursachen mögen in einem Schubladendenken liegen, dass der Kinderfilm in den letzten Jahren deutlich in seinem Ansehen, weniger thematisch oder ästhetisch sondern vor allem wirtschaftlich, wahrgenommen wurde. (vgl., ebd.)

Ziel einer gesellschaftlichen Umwelt sollte es sein, bestimmte Entwicklungen auszulösen und die Bedürfnisse nach der Entwicklung der Heranwachsenden zu fördern.

Dabei würden auch die Kommunikationsbedürfnisse erfüllt werden. (vgl. Postman 1983, S. 168)

Die Medien haben die Rolle der Familie nach Postman (1983) bei der Ausformung der Wertvorstellungen und Wahrnehmungsweisen von Kindern eingeschnürt. Margaret Mead bezeichnete den Fernseher sogar als zweiten Elternteil, vor dem die Heranwachsenden noch mehr Zeit verbringen, als mit ihren Vätern. Dadurch haben viele Eltern das Vertrauen hinsichtlich Erziehungsfragen verloren und wenden sich zunehmend an Experten, wie z.B. Psychologen und Sozialarbeiter. (vgl. ebd.)

„Nichts ist aufrührerischer als der Versuch, die Einwirkungen der Medien auf die eigenen Kinder zu kontrollieren.“ (Postman 1983, S. 171) Diese Aspekte sind in vielen Familien schwierig zu vereinbaren. Heute sind viele Eltern froh, wenn ihre Kinder beschäftigt sind und sie aufgrund von Zeitmangel ihre Ruhe haben. (vgl. ebd.)

Alle Diskussionen über die Qualität im Kinderfilm und -fernsehen, mögliche Eckpunkte und Kriterien, sind geblieben. Programmverantwortliche sollten die Ansprüche in Programme umsetzen. Somit bleibt die Qualität im Kinderfernsehen erst einmal eine Aufgabe der Programmgestalter.

Sie sind heutzutage weniger denn je aus der Verantwortung gegenüber Kindern zu entlassen. (vgl. Thüringer 2001, S. 56)

„Letztendlich ist das Kinderfernsehen nicht mehr und nicht weniger, ein Teil unserer Gesellschaft mit ihren dazugehörigen wirtschaftlich-politischen Verfasstheiten, gebunden an den kulturellen Wandel und damit auch ganz speziell, an den Wandel in der Kinderkultur.“ (Dieter Erlinger/Dirk Ulf Stötzel 1991, S. 291f)

### **1.3 Aktueller Theorie und Forschungsstand**

---

Der öffentliche Diskurs vom Stellenwert der Medien im Alltag von Kindern nimmt nicht immer auf den aktuellen Stand der Mediennutzungs- und Wirkungsforschung Bezug. Es fallen besonders zwei Gruppen von Publikationen auf. Die kulturpessimistische Publikation beschreibt die Gefahren, welche von der Art der Medien, ihren Inhalten und deren Art der Nutzung ausgehen.

Die medienkulturelle Publikation betont die Chancen und beurteilt, inwiefern die aktive Nutzung der Medien zur Lösung von Entwicklungsaufgaben beiträgt.

Ein umfassendes Bild von der Rolle der Medien im Alltag von Kindern kann nur gewonnen werden, wenn man beide Perspektiven beachtet, denn nur unter bestimmten Bedingungen entstehen Chancen und unter Anderen, Risiken. (vgl. Grimm 1994, In: Süß 2004, S. 79f)

Die Forschungsarbeit soll vom handlungstheoretischen Zugang ausgehen. Die Heranwachsenden werden dabei nicht als Defizitäre und zu Entwickelnde sondern im Kontext einer eigenen gesellschaftlichen Gruppe als „Handelnde“ und nicht als zu „Behandelnde“ betrachtet.

Häufig werden die Heranwachsenden als eine Gruppe, die Vielen fremder ist, als in den Generationen davor, gesehen. Die Soziokulturelle Gegenwart der Kinder ist heute nicht mehr zu vergleichen mit der Vergangenheit der Erwachsenen und ihre Zukunft, ist in dieser sich rasant entwickelten Zeit, nicht mehr unsere Gegenwart. (vgl. Junghanns 2005, S. 8f)

Die letzten Jahre sind durch eine sogenannte „Entpädagogisierung“ der Kinder- und Jugendmedien geprägt. Im Gegenteil dazu zeichneten sich frühere Medienangebote eher durch moralische Botschaften und Lernimpulse aus, die einer optimalen „Enkulturation“ der Kinder dienen sollten. Die Medienangebote jüngerer Zeit sind eher einer Spaß- und Erlebnisgesellschaft zuzuordnen. Dabei werden die moralischen Impulse und kognitiven Lernangebote in ein unterhaltsames Entertainmentprogramm integriert.

Fernsehanstalten schaffen das Kinderprogramm weitgehend ab oder reduzieren es auf Unterhaltungsprogramme.

Kinder sind immer weniger an den Medienangeboten mit „pädagogischen Wert“ interessiert. Die Heranwachsenden wollen heutzutage schnellstmöglich an Erwachsenenmedien teilhaben.

Da ist von großem Glück zuspochen, dass sich trotz dessen erfolgreiche Kinder- und Jugendmedien, z.B. der KI.KA des öffentlich rechtlichen Rundfunks, bei dem jungen Publikum durchsetzen kann. Etiketten, wie gewalt- und werbefrei führten auch bei den Eltern zu einer hohen Akzeptanz des Senders. (vgl. Süß 2004, S. 62)

Der Kulturstaatsminister Bernd Neumann sagte (2012) anlässlich der diesjährigen Preisverleihung beim Deutschen Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“ in Erfurt: „Der deutsche Kinder- und Jugendfilm ist erfolgreich, mindestens an der Kinokasse“. Der Erfolg beruht fast ausschließlich auf der Verfilmung bekannter Bücher und Marken oder auf Märchenfilmen. Hingegen entstehen kaum noch Spielfilme nach neuen Stoffen, die keine bekannte Vorlage haben, aber die Gegenwart in Deutschland und die Lebenswirklichkeit der Kinder abbilden. Hier wird eine Verarmung der Stoffe sichtbar.“ ([http://www.kjk-muenchen.de/aktion/Kinderfilm\\_Aktion\\_2012.pdf...12.10.2012](http://www.kjk-muenchen.de/aktion/Kinderfilm_Aktion_2012.pdf...12.10.2012))

Er setzte fort, dass sich unter den „Top Ten“ der besucherstärksten Filme des Jahres 2010 immerhin drei Kinderfilme mit Besucherzahlen zwischen rund 700.000 und 1,5 Millionen befänden. Dazu gehören: „Die Konferenz der Tiere“, „Hanni & Nanni“ und „Die Vorstadtkrokodile“. Unter den besten Zehn der erfolgreichsten deutschen Kinder- und Familienfilme von 2001 bis 2010 fallen: „Wickie und die starken Männer“, „Der kleine Eisbär“, „Die wilden Kerle 4“, „Bibi Blocksberg“, „Die wilden Kerle 3“, „Hui Buh, das Schlossgespenst“, „Das fliegende Klassenzimmer“, „Das Sams – Der Film“, „Emil und Detektive“ und „Die wilden Kerle 5“.

Der deutsche Kinder- und Jugendfilm ist durchaus mit den „wilden Kerlen, wilden Hühnern, Wikingern und Vorstadtkrokodilen“ erfolgreich.

Völcker schreibt, dass sich die Vielzahl der genannten aktuellen Publikumserfolge durch eine aufwendige Produktion und eine hohe Qualität auszeichnen.

Kinderbuch-Klassiker dienen häufig als Grundlage, da sie auch beim Erwachsenen einen hohen Wiedererkennungswert haben. Außerdem wird auf einen großen Unterhaltungswert gesetzt. (Vgl. Völcker 2005, 12)

Nach Beckmann (2003) heißt die neue Zielgruppenstrategie vieler Filmschaffender „Family Entertainment“, was im Verlauf der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit noch näher beleuchtet wird.

Alle Erfolgsfilme verfügen neben einer großen Vervielfältigung an Kopien auch über ein hohes Marketingbudget und werden durch breite Werbekampagnen begleitet. Dadurch bilden die Filme ein mediales Gesamtkonzept für die ganze Familie. (vgl. Beckmann 2003, 78f).

Es gibt aber auch wesentliche Kritikpunkte nach Felsmann. (2005)

Er befürchtet eine Verarmung der Kinderfilmkultur: „Wie es aussieht, hat auf dem deutschen Kinderfilmmarkt momentan kaum ein Stoff eine Chance, der nicht auf eine erfolgreiche literarische Vorlage zurück geht“ (Felsmann 2005, S. 7).

Filme die sich an der Lebenswirklichkeit von Kindern und Jugendlichen orientieren, sind immer noch rar. Es findet sich darunter kein Kinderfilm, der nicht nach einem Originalstoff oder einer unbekanntem Vorlage entstanden ist. Filme im Independent- oder Arthouse Bereich sind noch immer rar.

In den vergangenen zwei Jahren gibt es nur zwei Produktionen im Arthouse- Kinderfilm-Bereich<sup>1</sup> („Der Himmel hat vier Ecken“ von Klaus Wirbitzky und Johannes Schmidts „Wintertochter“). Unter den zehn besucherstärksten internationalen Kinderfilmen der Jahre 2001 bis 2010 in Deutschland gehören neun amerikanische Animationsfilme (darunter „Ice Age“, „Madagascar“ und „Shrek“).

Auf Platz neun findet sich der einzige deutsche und gleichzeitig einzig reale Kinderfilm „Wickie und die starken Männer“, (Michael „Bully“ Herbig, 2009), mit fast fünf Millionen Zuschauern.

In Deutschland gab es vor allem bis Ende der neunziger Jahre eine Kinderfilmproduktion mit originalen Stoffen, neben einer Literaturverfilmung und Märchenfilmen. (vgl. [www.kim-info.de/pdf/kinderfilmaktion\\_2012.pdf](http://www.kim-info.de/pdf/kinderfilmaktion_2012.pdf))

Independent-Kinderfilme, die auf Originalstoffen beruhen, sind vom Aussterben bedroht. Es handelt sich dabei um Stoffe, die Drehbuchautoren oder Regisseure ohne Literaturvorlage erarbeiten, oder die auf weniger bekannte Kinderbücher zurückgehen. Independent-Kinderfilme können alle denkbaren Filmgenres abdecken, unterhalten und vermitteln den Kindern einen anderen Blick auf ihre Welt. Außerdem knüpfen sie an der Lebenswelt des jungen Publikums an und handeln von Themen die Kinder bewegen. In den Skandinavischen Ländern werden diese Filme mit großem Erfolg realisiert und der sogenannte "kulturelle Kinderfilm" wurde dort zu einer "echten Marke".

---

<sup>1</sup> **Arthouse**

bezeichnet ein „Kleineres Kino“, das künstlerisch anspruchsvolle Autorenfilme zeigt. Meist richtet sich es an ein urbanes Publikum. Der Anteil der Arthouse- oder Studiokinos in Deutschland beträgt am gesamten Kinomarkt weniger als 10%. In einigen europäischen Ländern wie Frankreich oder Schweiz beläuft er sich auf rund 30%“ (vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de...> 12.10.2012)

Zu Independent-Kinderfilmen zählen Filme wie: „Blöde Mütze“, „Der Schatz des weißen Falken“, „Mondscheinkinder“ oder auch „Billy Elliot“. (vgl. <http://www.kinderfilm-online.de...12.12.2012>)

Gravierende Probleme wie Mobbing, Armut, durch Krankheit belastete Familien bis hin zu Migrationsproblemen, werden nicht auf der „deutschen“ Leinwand ausgetragen. Kindheit im deutschen Kino muss mit den Anforderungen der Massenunterhaltung kompatibel sein und es sollte sich dabei „um knallbuntes Popcorn“ handeln. (vgl. Schäfer/ Wegener 2009, S. 241) In der Konsequenz bedeutet das, dass das Verständnis von Kino, als Ort der kulturellen Auseinandersetzung, bei den Kindern nach und nach verloren geht. (vgl. ebd.)

Arend Agthe<sup>2</sup> erklärt im Interview „Das Oberhausener Manifest“<sup>3</sup> den Ausspruch „Opas Kino ist tot!“<sup>4</sup> Das beeinflusste in den 80er Jahren den damaligen Kinderfilm gravierend und wirkte sich sehr stark auf originäre Geschichten aus. Es war damals viel einfacher, Originalstoffe finanziert zu bekommen.

Kinder und Familien waren noch nicht als Zielpublikum entdeckt worden und deutsches Family-Entertainment existierte noch nicht.

---

<sup>2</sup> **Arend Agthe** ist am 19. Februar 1949 in Rastede/Niedersachsen geboren, studierte Theaterwissenschaft und Germanistik in Frankfurt/M., arbeite beim Satiremagazin "Pardon" mit, macht sich einen Namen mit Kinderfilmen im Fernsehen ("Sesamstraße", "Löwenzahn") und ab 1983 im Kino: "Flussfahrt mit Huhn" (1. Preis Festival Moskau), "Küken für Kairo" (1985), "Der Sommer des Falken" (1988; Bundesfilmpreis) und dem in Turkmenistan spielenden "Karakum" (1993; Unicef-Preis). (vgl. <http://www.filmportal.de...12.10.2012>)

<sup>3</sup> **Das Oberhausener Manifest**,  
Am 28. Februar 1962 wurde von 26 bundesdeutschen Filmschaffenden bei den 8. Westdeutschen Kurzfilmtagen das Oberhausener Manifest verkündet. Damit wurde ein Meilenstein in der Entwicklung des deutschen Kinos wie nie zuvor geschaffen. Es wurde dabei mit einer solchen Kraft ein Bruch in den bestehenden Produktionsverhältnissen verlangt und herbei geführt. Das Projekt "Provokation der Wirklichkeit – 50 Jahre Oberhausener Manifest" schafft anlässlich des 50jährigen Jubiläums des Oberhausener Manifest ein handfestes Fundament für die Auseinandersetzung mit den damit in Deutschland verbundenen filmischen, kulturellen und politischen Erneuerungsbewegungen der 1960er Jahre. (vgl. <http://www.oberhausener-manifest.com...12.10.2012>)

<sup>4</sup> Für **Opas Kino** stand exemplarisch in diesem Zusammenhang der Unterhaltungsfilm, beispielsweise der Heimatfilm, der 50er. Auf die Misere der Kinokrise in den 60er Jahren forderte eine neue Generation von Filmemachern in Deutschland die Erneuerung des Kinos. In einem auf den Oberhausener Kurzfilmtagen publizierten Manifest hieß es demnach programmatisch: „Der alte Film ist tot. Wir glauben an den neuen.“ (vgl. Völcker 2005, S. 14).

Das änderte sich erst mit der ersten erfolgreichen Kästner-Verfilmung durch die Bavaria, unter Federführung von Uschi Reich, „Pünktchen und Anton“ aus dem Jahr 1998. (Regie: Caroline Link) Den Film, den in einem halben Jahr 1,5 Millionen Zuschauer sahen, brachte „Buena- Film“ nach amerikanischem Vorbild mit einem Werbebudget von Millionen auf den Markt.

(vgl. [http://www.kjk-muenchen.de/aktion/Kinderfilm\\_Aktion\\_2012.pdf](http://www.kjk-muenchen.de/aktion/Kinderfilm_Aktion_2012.pdf)...12.10.2012)

1997 wurde noch von der „Krise des deutschen Kinderfilms“ in der „Frankfurter Rundschau“ berichtet. Doch schon zwei Jahre später traten Überraschungen an den Kinokassen ein. (Vgl. Beckmann 2003, S. 78ff).

Seit Ende der 90er Jahre hat sich auf den ersten Blick die Situation des deutschen Kinderfilms deutlich gewandelt. Es wurde eine Lücke gefüllt, die regelmäßig große Publikumserfolge erzielt. Auch auf den Seiten vieler Filmschaffenden wird das Medium als vielversprechender Markt zunehmend wahrgenommen (vgl. Völcker 2005, S. 12).

Dieser neuen Marketing-Strategie für den Kinderfilm ist es zu verdanken, dass der Kinderfilm an Bedeutung und Aufmerksamkeit im vergangenen Jahrzehnt gewann, auf dem Markt Zuwachs erhielt und mittlerweile in diesem Bereich (wie die Auflistungen beweisen) zu den umsatzstärksten zählt. Leider sind es jedoch nur solche Titel, die sich hinter einer Marke verstecken und mit dem nötigen Profit rechnen können. Die Kinder brauchen neben dem „Mainstream“ aber auch Filme im Arthouse-Bereich. Die Heranwachsenden sollten die Chance haben, ihren filmästhetischen Geschmack auszubilden und sich mit ihrer eigenen Wirklichkeit auseinandersetzen, die ihre Ängste und Sorgen ernst nehmen, von Realitäten erzählen und in ihrer Lebenswelt stattfinden. Die Kinder von heute sind unser zukünftiges Publikum. Es wäre doch schrecklich, wenn die Erwachsenen von Morgen nur ihren Geschmack am Mainstream ausbilden könnten.

Nach Margret Albers<sup>5</sup> (2012) ist dies paradox. „Gingen Mitte der 1990er Jahre drei bis vier Kinderfilme pro Jahr in die Kinos, sind es nun recht konstant 10 bis 12 Titel.“

Es handelt sich auf der Kinoleinwand überwiegend um Bestseller-Adaptionen, Neuverfilmungen und Fortsetzungen. Im Fernsehen werden primär Märchen für die Heranwachsenden angeboten. (in Spielfilmlänge)

---

<sup>5</sup> **Margret Albers** setzt sich nicht nur als Geschäftsführerin der Stiftung Goldener Spatz und Leiterin des gleichnamigen Deutschen Kinder-Film & Fernseh-Festivals in Gera und Erfurt für das Genre ein, sondern ist auch Sprecherin des Fördervereins Deutscher Kinderfilm e.V. Im gemeinsamen Fördergremium von BKM und Kuratorium entscheidet Albers mit über die Förderung von Kinder- und Jugendfilmen. (vgl. <http://www.mediabiz.de>...22.10.2012)

Originalgeschichten, die sich schwierigen relevanten Themen, wie Verlust, Konflikte in der Familie, Leistungsdruck etc. widmen, sind in Deutschland fast vollständig verschwunden. Die wenigen nach langen und mühseligen Finanzierungsprozessen produzierten Titel im Arthouse- und Independent Bereich können sich an den Kinokassen kaum behaupten.

*(vgl. [http://www.kjk-muenchen.de/aktion/Kinderfilm\\_Aktion\\_2012.pdf](http://www.kjk-muenchen.de/aktion/Kinderfilm_Aktion_2012.pdf)...12.10.2012)*

In Deutschland liegen kaum relevante Statistiken vor, um die aktuelle Situation aufzuzeigen. Darüber hinaus gibt es nach wie vor keine gesonderten Kinderfilmförderungen.

Hauptsächlich konzentriert sich die Filmbranche auf Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 14 und 29 Jahren, da in diesem Bereich eine größere Bereitschaft zum Kinobesuch vermutet wird. Die zu geringe finanzielle Ausstattung von Kinderfilmen und -fernsehen bewirkt außerdem eine verhaltene Public Relation. Die Folge daraus sind die niedrigen Zuschauerzahlen. (vgl. Grün/ Selg 2004, S. 106f)

Filme sollten langlebig im Kino ausgestrahlt werden und über Jahre soll ein breites Publikum erreicht werden. Der Film ist ein Kulturgut und Film bildet. In Zeiten von PISA-Studien, Frühförderung und Bildungsgipfeln sollte es sich lohnen, in die unabhängige Kinder-Film-Kultur zu investieren. Es ist eine Investition in die Gegenwart und in die Zukunft, denn wenn Kinder heute im Kino und auf den Bildschirmen ästhetische Vielfalt kennenlernen, werden sie diese morgen auch schätzen. Es sind vor allem die gefordert, die mit Mitteln der Gemeinschaft arbeiten (z.B. Fördereinrichtungen, die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender und der Bildungssektor). Filme sind neben der öffentlichen Förderung, den Eigenmitteln der Produzenten, auch auf die Gelder der Sender angewiesen. Und die erweisen sich als nicht gerade großzügig.

Einer aktuellen Studie der Produzentenallianz (Kino- und Fernsehproduktionen für Heranwachsende in Deutschland, Daten und Fakten 2005-2010) zufolge, erlebt ein Drittel der Kinderfilmproduzenten die Zusammenarbeit mit den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nach dem Motto: „Bloß nichts Kompliziertes oder Unbekanntes“, als zunehmend schwieriger.

*(vgl. [www.kjkmuenchen.de/aktion/Kinderfilm\\_Aktion\\_2012.pdf](http://www.kjkmuenchen.de/aktion/Kinderfilm_Aktion_2012.pdf))*

Das ZDF sieht sich zuerst in der Verantwortung des Zuschauers, jedoch hat der Sender oft die Erfahrung gemacht, dass, wenn originäre Stoffe im Programm liefen, sich nur geringe Resonanz zeigte.



Auch die Erfahrung beim K.I.K.A. zeigt, dass die Zuschauer seltener einschalten, als bei bekannten Titeln. Arend Agthe wünscht sich, dass man alle Kreativen an einen runden Tisch bekommt, um die Probleme, die es hier gibt, konstruktiv zu lösen. Europaweit ist das in vollem Gange. Vor ca. zwei Jahren hat in Erfurt das „1st KIDS Regio Forum“ zum Thema mit Sendebeauftragten, Autoren, Produzenten, Regisseuren und Förderern getagt, um gemeinsame europaweite Maßnahmen zu beschließen. Doch, bis europaweit Beschlüsse in die Tat umgesetzt werden, kann einige Zeit vergehen. Es sind meist die kleinen Verleiher, wie der „Farbfilm Verleih“ oder im Fall von „Wintertochter“, der „Zorro Film Verleih“, die sich mit viel Enthusiasmus dem Kinderfilm annehmen. Diese haben jedoch nicht die Power und finanziellen Mittel einen Kinostart zu bewerben (wie „Constantin Film“ oder „Concorde Film“), denn die nötigen Fördermaßnahmen, um breite Werbekampagnen zu starten fehlen.

Die Niederlande zeigen, dass es auch anders geht, denn dort hat ein Zusammenschluss aller wichtigen Branchenbereiche (vom Autor über die Produktion bis zum Verleih), stattgefunden. Dadurch sind in den letzten zwei Jahren viele attraktive Kinderfilme entstanden. Ein ähnliches Kooperationsmodell wäre auch für Deutschland wünschenswert, denn nach Arend Agthe lässt sich Kinderfilmqualität ohne forcierte Lobbyarbeit, d.h. ohne bewusstseinsbildende Arbeit bei den Programmverantwortlichen und Filmschaffenden, nicht steigern. Beate Völker formulierte eine jährliche „Kinderfilmstaffel“ zu fördern, die ausschließlich aus mindestens fünf neu entwickelten, originalen Kinderstoffen besteht. Das wäre ein guter Anfang. (vgl. ebd.)

Eltern sorgen sich am meisten um die Mediennutzung ihrer Kinder. Ohne eine Differenzierung der jugendschutzrelevanten Altersstufen wird der Kinderfilm in Deutschland nicht aus seinem Schatten treten können. Die Verleiher sträuben sich heute noch im deutschsprachigen Raum, inhaltlich oder formal gegen anspruchsvollere, qualitativere und altersentsprechende Filme. Auf diese Weise werden Kindern wichtige Filme vorenthalten, die ihnen Mut machen könnten, schwierige persönliche Situationen oder die eigene Lebenswirklichkeit besser zu bewältigen (nach Alice Miller).

Die Lebenswirklichkeit besteht nicht nur aus Party und Abenteuer, sondern weist mitunter auch „düstere“ Aspekte auf. Solche Filme können Sechsjährige überfordern, sind für Zehnjährige aber genau die richtige Wahl.

Die Heranwachsenden sollten die Möglichkeit haben, auch Filme mit differenzierten, komplexen Inhalten zu sehen, die ihr Leben realistisch widerspiegeln, bei denen sie das Gefühl haben, sich wiederzuerkennen. (vgl. ebd.)

Die Kinowirtschaft hat in den letzten Jahren zunehmend den Film für die Bildung und Schule entdeckt und umgekehrt ist auch in den Schulen ein Bewusstsein entstanden, dass ein Film ein relevanter gegenstandskreativer Lernprozess ist. Wirtschaft und Politik kurbelten entsprechende Initiativen an, um Kino als Lernort populär zu gestalten. Der Bereich ist in der Grundschule jedoch nur rar abgedeckt, denn entsprechende Filme entstehen nicht mehr. Die Bildung braucht bildungswürdige Filme. Diese finden sich jedoch viel zu selten jenseits des kommerziell orientierten Kinos. (vgl. Völcker 2005, S. 46)

Die Kreativität der Heranwachsenden kann beispielsweise durch Kinderfilmfestivals und Medienwerkstattarbeiten gefördert werden. Diese sollen einen Beitrag dazu leisten, dass Heranwachsende eigene Medienansprüche entwickeln und diese als kulturelle Impulse in die Gesellschaft einspeisen. (ebd., S. 285)

### 1.3.1 Der GOLDENE SPATZ

---

Es geht beim Festival vor allem um die Qualität von Medien und die Entwicklung rezeptiver Kompetenzen, die in einem komplementären Verhältnis zueinander stehen sollen. Beides ist sehr wichtig, um den hochwertigen Medienangeboten eine öffentlichkeitswirksame Plattform zu bieten, Kinder für eine Vielfalt von Formen und Themen zu sensibilisieren und sie auf vielfältige Weise aktiv in das Festivalgeschehen einzubinden. So können sie beispielsweise als Juror oder Reporter, die täglich in Radio und Fernsehen berichten, Fernsehmacher, Workshopteilnehmer oder als Festivalbesucher tätig werden.

Gezielt sollen die Kinder dabei, auf die Sensibilisierung der eigenen Wahrnehmung und die Fähigkeit zur Filterung und kompetenten Analyse audiovisueller Informationen mit dem Vorsatz der kritischen und emotional distanzierten Wahrnehmung, trainiert werden. (Vermittlung von Format- und Genrewissen).

Das Kinder-, Film- und Fernsehfestival zählt mit den Schwerpunkten Kino-TV-Online zu den größten seiner Art in Deutschland.

Das nationale Festival „Goldener Spatz“ bot für Kinderfilme der DDR, in Kino und Fernsehen von 1979 bis 1989, im zweijährlichen Rhythmus, Produktionen in verschiedensten Variationen (von Spielfilm, Kurzfilm, Serie, Trickfilm, Magazin, Dokumentation bis hin zur Show). Die Fortführung und die Förderung standen nach der Wiedervereinigung in Frage.

Das Festival überzeugte jedoch auch nach dem Mauerfall durch seine Einzigartigkeit, Film und Fernsehbeiträge zu präsentieren und sich gleichermaßen an das breite Publikum und Fachleute zu wenden. Das Format konnte dadurch erhalten bleiben.

1991 fand unter der Leitung des Regisseurs Rolf Losansky, der erste gesamtdeutsche „SPATZ“, mit der Aufgabe Ost und West zu verbinden, statt. Das Festival sollte eine solide Grundlage und eine langfristige Perspektive erhalten und wurde 1993 von der Stadt Gera, MDR, ZDF und RTL und der Stiftung „GOLDENER SPATZ“ ins Leben gerufen.

In den darauffolgenden Jahren sind die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), die Mitteldeutsche Medienförderung, sowie die Landeshauptstadt Erfurt als „Förderer“ hinzugekommen.

Margret Albers ist seit 1996 Geschäftsführerin der Stiftung und Festivalleiterin. Seit 2008 gewährt das Festival auch Onlineangebote für Kinder. Es werden Kino- und Fernsehfilme, Trickfilme, Dokumentar- und Kurzspielfilme, Informations- und Unterhaltungsprogramme, sowie Webseiten und Online-Spiele präsentiert, die im Wettbewerb um die begehrten „GOLDENEN SPATZEN“, antreten. Qualitativ hochwertige und innovative Produktionen zu fördern und auszuzeichnen, ist das Ziel des „GOLDENEN SPATZEN“.

Das Besondere ist, dass nach Meinung der Kinder über das für sie gemachte Programm, gefragt wird.

Dreißig Kinderjurs im Alter von 9 bis 13 Jahren aus dem ganz deutschsprachigen Raum diskutieren während der Festivalwoche die eingereichten Beiträge und vergeben Preise. Außerdem werden auch Einblicke hinter die Kulissen, im Zuge medienpädagogischer Workshops geboten.

Das Festival wird seit 2003 in zwei Städten ausgerichtet. In Gera begleitet das Filmprogramm ein umfangreiches Workshopangebot für Kinder, Pädagogen und Eltern sowie den Treffpunkt Medienpädagogik. In Erfurt werden die Filmvorführungen durch Fachveranstaltungen für Filmschaffende (Autoren, Produzenten, Programmanbieter und der Online-Lounge) ergänzt.

Im Rahmen des Festivals wird der „SPiXEL“, ein Preis der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) und der Deutschen Kindermedienstiftung „GOLDENER SPATZ“, verliehen. Der „SPiXEL“ zeichnet weitgehend selbstständig produzierte Sendungen und Beiträge von Kindern im Alter von 8 bis 14 Jahren aus. Nach dem Deutschen Kinder-Medien-Festival GOLDENER SPATZ tourt jedes Jahr im Herbst der „Goldene Spatz“ mit den Preisträgerfilmen quer durch Deutschland. Neben prämierten Filmen werden die Beiträge von einem Autor, Regisseur oder Darsteller begleitet. Kindern, Schulklassen und Familien soll somit noch einmal die Möglichkeit geboten werden, preisgekrönte Beiträge des vorangegangenen Festivals zu sehen, um sich ein eigenes Bild machen zu können.

Im Festivalprogramm wird deutlich, dass neben den traditionellen Maus-Geschichten vom WDR, inzwischen ein breites Spektrum von Produktionen existiert, was sowohl Wissen vermittelt, als auch soziale Orientierungshilfen bietet. Entscheidend für eine Nominierung ist nicht nur die Qualität des einzelnen Beitrags, sondern auch dessen signifikante Bedeutung, hinsichtlich inhaltlicher Tendenzen und formaler Erzählhaltungen im Gesamtspektrum der Kindermedien und vor allem auch aus der Sicht der Kinder.

Für den Betrachter macht das Wettbewerbsprogramm schließlich deutlich, dass die handwerkliche Qualität bei den Produktionen für Kinder bemerkenswert zugenommen hat. Inhaltlich dominieren bei den Heranwachsenden weitgehend persönliche Themen. (vgl. <http://www.goldenerspatz.de...12.10.2012>)

#### **1.4 Methodisches und theoretisches Vorgehen**

---

Die Untersuchung der Rolle und Wirkung von Kinderfilm und -fernsehen im Prozess des sozialen Wandels, wird mittels aufeinander aufbauender Forschungsfragen, aus einem Methodenmix von qualitativen und quantitativen Untersuchungen, erforscht werden.

Ziel der Untersuchung ist es, herauszufinden, wie sich die Bedeutung von Kinderfilm und -fernsehen in den letzten 20 Jahren geändert hat und ob ein Zusammenhang zwischen dem sozialen Wandel der Gesellschaft und der Entwicklung der neuen Medien für Kinder besteht.

Dabei werden Heranwachsende im Alter zwischen 8 bis 13 Jährigen untersucht, um herauszufinden ob das Kinderfilm und -fernsehprogramm altersentsprechend ist. Dabei soll ein Vergleich mit derselben Altersgruppe von vor fast 20 Jahren stattfinden.

Wesentliche Fragen der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit sind, welche Werte sich innerhalb des Zeitraums geändert haben oder gleich geblieben sind und was den Kindern heute am Kinderfilm und -fernsehen wichtig ist.

Der GOLDENE SPATZ kann auf dem Gebiet der neuen Medien, Kino-TV-Online, auf eine über 30-jährige Geschichte zurückblicken und hat sich zum größten Festival seiner Art im deutschsprachigen Raum und inzwischen zum Treffpunkt für Kindermedien in Deutschland etabliert. Daher bietet das Festival einen idealen Ausgangspunkt, um die Rolle und Wirkung von Kinderfilm und -fernsehen, im Prozess des sozialen Wandels, zu erforschen. Das Kinderfilm- und -fernsehfestival bietet zudem ein breites Expertenforum für Vertreter der Film-, Fernseh- und Onlinebranche, Medienexperten, Pädagogen, Journalisten, Politiker und das Zielpublikum.

Das Festival stellt für eine empirische Forschung die ideale Ausgangsbasis dar, um den Wandel der „Mediageneration“ zu bekunden.

Durch die eigene Erfahrung, selbst am Festival im Mai 2012 mitgearbeitet zu haben, ergab sich die Chance einen intensiven Einblick in die Arbeit dieses Kinder-Medien-Festivals zu erhalten.

Eingereichte Bewerbungen von Kinderjurs, mit Fragebögen zum Medienverhalten existieren im „Geraer Archiv“ über einen Zeitraum von drei Jahrzehnten.

Den Ausgangspunkt für die folgenden formulierten Hypothesen bietet somit das Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“ anhand vorhandener Dokumente, insbesondere der Fragebögen der BewerberInnen der Kinderjury, über den Zeitraum von mehr als 20 Jahren.

Zusätzlich werden Daten zum aktuellen Medienverhalten und Fernsehvorlieben der Kinder in Form von halbstrukturierten Interviews erhoben, um die Ergebnisse mittels quantitativer Methoden zu sichern und Vergleichsmaterial zu erhalten.

Durch die Fragebogenanalyse innerhalb von 20 Jahren, mittels zusätzlicher Verwendung von qualitativen Methoden, wird versucht, die subjektiven Sichtweisen der Kinder im Prozess des sozialen Wandels besser zu erfassen.

Gewonnene Daten werden erfasst, strukturiert und aufbereitet, um diese auszuwerten und zu einem repräsentativen Ergebnis zu bringen.

Die Datensammlung soll deshalb mit Hilfe des Statistik-Programms „SPSS“ auf standardisierte Art und Weise codiert und analysiert werden.

Aufgrund des beschränkten Rahmens der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit werden die teilstandardisierten Interviews (Gruppendiskussion und Interviews) mit den Hypothesen der Arbeit und den Ergebnissen von dem qualitativen Teil im Kapitel 11 zusammengefasst und diskutiert. Eine tiefergehende qualitative Interpretation würde den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Die Erhebungsmethoden bestehen außerdem aus der Literaturrecherche von tagesaktuellen Informationen und Fachliteratur.

Innerhalb der vorliegenden Forschungsarbeit sollen sich somit verschiedenste Sichtweisen der Kinder, aber auch der Erwachsenen und unserer Gesellschaft herauskristallisieren.

Im folgenden Theorieteil (Kapitel 2) werden zunächst grundlegende, themenbezogene Begriffe geklärt, um den Zusammenhang von Individuum, Gesellschaft, Medien, Mediengesellschaft und sozialer Wandel im nachfolgenden, besser verstehen zu können. (Kapitel 2.1).

Anschließend erfolgt eine nähere Betrachtung auf „Kindheit“ (Kapitel 2.2), um danach auf das Prinzip des „Modelllernens“ (Kapitel 2.3) und den „Generationenbegriff“ (Kapitel 2.4.) näher einzugehen.

Kapitel 3 zeigt einen Überblick über die wichtigsten theoretischen Zugänge, die für die Arbeit prägend und von wesentlicher Bedeutung sind.

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit orientiert sich, wie bereits erwähnt, an Jürgen Habermas Theorie des „Kommunikativen Handelns“. Dabei werden die Gesellschaftstheorie und die Sozialisationstheorie mit der Entwicklung der Ich-Identität, rollentheoretische Einflüsse und die moralische Entwicklung näher betrachtet.

Im Punkt 3.1 wird der „Uses-and-Gratifications-Ansatz“, in Punkt 3.2 der „Sozialökologische Ansatz nach Baake“ und im Punkt 3.3 der „Handlungstheoretische Zugang“ beschrieben.

Kapitel 4 zeigt die soziale Begründung von Werten, Normen und Moral auf. Dabei erfolgt zunächst eine Begriffsdefinition der Werte nach Rokeach unter der Berücksichtigung des sozialen Kontexts im Zusammenhang mit den sozialen Normen und der Moral.

Im nächsten Punkt (Kapitel 4.1) trifft der Leser auf den wissenschaftlichen Inhalt von der „Moral des Kindes“, wobei explizit auf Besonderheiten von Kindern und deren entstehenden „Bilder“ eingegangen wird.

Gefolgt von Piagets aufbauendem „differenziertem Stufenmodell nach „Lawrence“, soll das moralische Verhalten von Kindern in Betracht gezogen werden.

Dabei wird auch auf eine in den 20ern Jahren des letzten Jahrhunderts in Yale durchgeführte Studie zur Entfaltung des Wertebewusstseins näher eingegangen.

In den letzten zwei Punkten des Kapitels (4.1 und 4.3) werden die Wertebildung der Heranwachsenden und die Werte im Kinderfilm und -fernsehen näher betrachtet. Dadurch wird es verständlicher, den Zusammenhang zwischen der Gesellschaft und dem geprägten „Bild des Kindes“ zu verstehen.

Das Kapitel 5: *„Kinderfilm und -fernsehen eine Herausforderung“* soll aufzeigen, wie schwierig es ist, ein wirklich qualitativ „gutes“ Kinderprogramm in unserer heutigen Gesellschaft zu gestalten.

Hierbei wird Neil Postmans Ansicht *„Vom Verschwinden der Kindheit“* (Kapitel 5.1) thematisiert. Der Kinderkanal KIKA wird anschließend (Kapitel 5.2) mit der Frage nach zunehmender Kommerzialisierung (Kapitel 5.2.1) betrachtet und mit dem Privatfernsehen verglichen. (5.2.2)

Im Punkt 5.3 erfolgt eine nähere Definition des Begriffes *„Kinderfilm“*. Auch die Alterseinstufungen und die Genres des Kinderfilms werden hier näher betrachtet (Kapitel 5.3.1 und 5.3.2), um die Zusammenhänge der Arbeit sowohl aus sozialwissenschaftlicher als auch aus psychosozialer Sichtweise besser zu erfassen. Die gesellschaftskritische Sichtweise soll im Kapitel 5.4 (*„Kinderfilm und -fernsehen – ein Spiegel der Gesellschaft“*) reflektiert und im Punkt 5.4.1 (*„Kinderfilm und -fernsehen im Wandel“*) vertiefend aufgezeigt werden.

Der letzte Punkt des Kapitels geht näher auf die Zielgruppe der 8 bis 13-jährigen ein und zeigt die „Lücken“ die „gefüllt werden sollten“, um kritisch reflektierende zukünftige Erwachsene zu generieren, die gelernt haben welche Kriterien im Kinderfilm und -fernsehen erfüllt sein sollten.

Im Kapitel 6 *„Brauchen Kinder Grenzen?“* wird auf Film und Fernsehen in der Familie (Kapitel 6.3.1) und das Erfolgsrezept (Kapitel 6.4) mit dem Kontext in Punkt 6.4.1 *„Family-Entertainment“* näher eingegangen.

Innerhalb des letzten Kapitels 7 des Theorieteils geht es um die Darstellung der aktuellen Situation: „*Kinderfilm und -fernsehen dieser Zeit*“. In Folge dessen werden in Punkt 7.1 die *heutige Generation* und *Genderstereotypen* in Film und Fernsehen betrachtet.

In den Punkten 7.2: „*Von den Vorstadtkrokodilen, den wilden Kerlen und Hühnern*“, 7.2.1: „*Was macht DIE WILDEN KERLE so wild*“ und 7.2.2: „*So wild sind die Hühner gar nicht*“ werden die aktuell in Deutschland produzierte Filme „*Die wilden Hühner*“ und „*Die wilden Kerle*“ mit ihren jeweiligen Erfolgsstrategien vorgestellt.

Kapitel 8 zeigt das *Untersuchungsdesign und die Methoden*, wodurch die Hypothesen ausformuliert (Punkt 8.1) und der Untersuchungsgegenstand beschrieben (Punkt 8.2) werden. Im Punkt 8.3 (*Operationalisierung des Untersuchungsgegenstands*) geht es um die Standardisierung theoretischer Begriffe und Hypothesen im Sinn ihrer empirischen Überprüfbarkeit durch die Angabe konkreter, im Einzelnen überprüfbarer, Zielvorgaben und Schritte.

Das Kapitel 9 zeigt ein Überblick über die *Ergebnisdarstellung und Auswertung* der erhobenen Daten.

Innerhalb des 10. Kapitels erfolgt ein *qualitativer Zusatz* mit der Darstellung *halb- oder teilstrukturierter Interviews*. Zunächst wird auf ein durchgeführtes Gruppeninterview eingegangen (Punkt 10.1) bevor zwei Einzelinterviews näher betrachtet werden. (Punkt 10.2 und 10.3)

Am Ende der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit sollen im Kapitel 11 die *Ergebnisse diskutiert und zusammengefasst* werden, um im Kapitel 12 einen *Ausblick* auf zukünftiges wissenschaftliches Arbeiten auf diesem Themengebiet zu erhalten.



## 2. Gesellschaft – Macht – Medien

---

### 2.1 Allgemeine Begriffsbestimmungen

---

**Individuum** bezeichnet ein einzelnes Wesen, das in zeitlicher und auch qualitativer Hinsicht einmalig ist. Seine geschlossene Ganzheit kann nicht unterteilt werden. Die Individualität und deren Entfaltung sind vom Entwicklungsstand der Gesellschaft abhängig. (vgl. Hillmann 1994, S. 360)

**Gesellschaft** bezeichnet das „Zusammenleben von Menschen in einem räumlich Bereich“. (Hillmann 1994, S. 284)

Die Gesellschaft wird somit auch als die Gesamtheit der Menschen, die im staatlichen, wirtschaftlichen und geistigen Leben zusammenwirken, gesehen. (vgl. Duden-Schülerlexikon, Lexikonverlag; 1969)

Eine weitere Definition bezieht sich auf die westliche Welt im 21. Jahrhundert, in der wir auch von einer sogenannten Leistungs- und Konsumgesellschaft sprechen, in der ökonomische Triebkräfte kapitalistisch-liberaler Marktwirtschaft und pluralistische Demokratie den Anstieg von Lebensstandards und Massenkonsum auslösten. (vgl. Geißler 1996, S. 361)

„Im Allgemeinen und unter philosophisch-anthropologischem und sozialpsychologischen Gesichtspunkten wird eine Gesellschaft als Grundvoraussetzung für die menschliche Entwicklung (Sozialisation, Enkulturation) und für die Entfaltung von Kultur betrachtet“ (dtv Brockhaus Lexikon in 20 Bänden; 1988). In diesem Zusammenhang werden unterschiedliche Theorien aufgestellt. Es gilt insbesondere die Frage, ob das Individuum hinsichtlich der eigenen Entwicklung des Seins, dessen Bedeutung vor oder nach der Gesellschaft, Vorrang hat (Individualismus oder Kollektivismus).

**Der Begriff „Medien“** wird in den meisten Fällen in der Mehrzahl verwendet und stammt vom lateinischen Begriff „Medium“ (Vermittler). Es existieren in der wissenschaftlichen Literatur verschiedene Definitionen. Vom weit gefassten Begriff wird alle Vermittlung durch Sprache, Literatur, Musik und technische Medien umschlossen. (vgl. Pfeiffer 2008, S. 15)

Alle Einzelmedien für private, sowohl auch für öffentliche Kommunikation, die im Alltag von Kindern und Jugendlichen eine Rolle spielen, werden als Medien in den Begriff einbezogen. (vgl. Süß 2004, S. 56)

Auf technische Medien begrenzt, meint der Begriff die Verbreitung und Speicherung, welche elektrisch bzw. elektronisch oder photochemisch erfolgt (vgl. ebd., S. 26). Nach Mc Luhan „the medium is the message“ (Mc Luhan 2003, S. 19) heißt es, dass jeder Gegenstand mediale Eigenschaften besitzt, der bestimmte Wirkungen erzielen kann. Weiterhin sollen Medien alle Mittel aufzeigen, „welche die zum Zwecke der Kommunikation erzeugten Signale übertragen, speichern und oder aussenden“ (Pfeiffer 2008, S. 10ff).

Nach Süß (2004) sind die Medien heutzutage nicht nur „heimliche Miterzieher“, „Familienmitglieder“ und „assoziierte Peers“. Sie sind ein: „Bestandteil aller sozialökologischen Zonen und Begleiter aller Alltagssituationen von frühesten Kindheit an“. (Süß, 2004)

**Neue Medien** definierte Ratzke (1982) als „alle Verfahren und Mittel (Medien), die mit Hilfe neuer oder erneuerter Technologien neuartige, also in dieser Art bisher nicht gebräuchliche Formen von Informationserfassung und Informationsverarbeitung Informationsspeicherung, Informationsübermittlung und Abruf ermöglichen.“ (Ratzke 1982, S. 13)

Bollmann liefert im Gegensatz dazu, eine von dem Stand der Technik, unabhängige Definition. Er versteht unter diesem Begriff „alle Verfahren und Mittel, die mit Hilfe digitaler Technologie, also computerunterstützt, bislang nicht gebräuchliche Formen von Informationsverarbeitung, Informationsspeicherung und Informationsübertragung, aber auch neuartige Formen von Kommunikation ermöglichen“ (Bollmann 1998, S. 12).

Medien sind also Kommunikationskanäle, die den Austausch von Informationen zwischen Menschen ermöglichen und somit eine Voraussetzung für menschliche Gemeinschaften bilden. Ohne einen Austausch von gemeinsam einheitlichen Inhalten wären Gemeinschaften nicht möglich und es würde keinen Zusammenhalt geben. (vgl. Thompson, 1995, S. 10) Institutionen wie Schulen, Universitäten, Parteien und vor allem auch die Medienindustrie legen die Bedeutung von Inhalten einer Gemeinschaft fest.

Eine aus der Mediengeschichte alltagstheoretische Einschätzung basiert auf der Annahme, dass neue Medien die alten verdrängen bzw. ersetzen. Jedes neue Medium gilt als Bedrohung des Leitmediums. Somit würden die Printmedien, Radio und Kino das Fernsehen, den Computer und das Internet verdrängen. Nach Stöber (2001) belegt die Medienforschung, dass diese Annahme falsch ist.

Riepl sprach das (1913, zitiert nach Schanne 2001, S. 52) in seinem „Gesetz der historisch vertikalen Komplementarität der Medienentwicklung“ als Erster an. (vgl. Faulstich, 1994) Alte Medien verschwinden nicht, es werden ihnen neue Funktionen zugeschrieben.

Nach dem Aufkommen des Fernsehens wurde weiterhin Radio gehört, dafür weniger Hörspiele etc., aber mehr Musik und Nachrichtensendungen konsumiert. Somit verschiebt sich der Gebrauchswert eines Mediums aus der Sicht des Publikums. (vgl. Süß 2004, S. 57) Das Aufkommen neuer Medien führt somit nicht zum Untergang, sondern zu einer Funktionsverlagerung. (ebd., S. 81)

**Mediengesellschaft** ist auch gleichzeitig Kommunikations- und Informationsgesellschaft. Gemeinsame inhaltliche Bedeutungen werden aber erst durch institutionelle Spielregeln einer Gesellschaft, wie z.B. durch gesellschaftliche Normen, Moralregeln, Verfassungs- und Rechtsregeln geformt. (vgl. Engell, 2000, S. 309)

**Medienalltag** steht laut Schorb (1995) für die Impedanz zwischen Alltag und Medien. Medien sind zweifelsfrei zu einem der wichtigsten Bestandteile unserer heutigen Lebenswelt geworden und nehmen einen festen Platz in unserem Alltag ein. Dieser Medienalltag hat, neben dem strukturellen Einfluss auch einen inhaltlichen Einfluss. „Das alltägliche Wissen, Denken und Handeln der Menschen ist von Medien beeinflusst. Die Medieninhalte sind Faktoren der Gestaltung unserer Gedanken und Vorbilder, sowie Verstärker für unser Handeln. Die Medien tragen dazu bei, dass die Welt auf eine andere Weise anders erfahren wird.“ (Schorb 1995) Medienalltag, ist also ein Alltag, mit und durch die Medien. (vgl. Theunert/Lensen/Schorb 1995, S. 38)

**Medienhandeln** ist die subjektive Seite, was das Individuum mit dem Medium macht, wie es damit umgeht und zu welchem Zweck es verwendet und genutzt wird.

Nach Schorb ist es ein schon angesprochenes Faktum, das zum menschlichen Schatz der Einsicht und Erfahrungen gehört. „Medien bestimmen die Richtung und das Ausprägen des Handelns mit, ohne dass wir in der Regel Quantität und Qualität dieser Einflussnahme ausmachen können, je länger sie zurück liegt, desto weniger geschieht es. Medien bestimmen auch die Art des Handelns, insofern sie selbst rezipierendes Handeln verlangen und für die Dauer der Mediennutzung, zumindest motorische Aktivitäten einschränken, und sie bestimmen das Handeln inhaltlich, insofern sie Bilder vorzeichnen, für die Art und Weise des nicht unmittelbar mediengebundenen Handelns.“ (ebd.)

**Mediennutzung** ist nach Schorb (1995) als überlegte Auswahl von Medieninhalten zur Wissensaneignung, Erbauung und anderen Zwecken ebenso zu verstehen, wie die Nutzung als Mittler zur Artikulation von Botschaften an die soziale Umwelt. (vgl. ebd.)

**Medienpädagogik** beschreibt die Vermittlungsebene zwischen Medienalltag und Medienhandeln. Nach Schorb beziehen sich pädagogische Erklärungen und Modelle auf ihre inhaltlichen Schwerpunkte und methodischen Vermittlungsprinzipien, einerseits aus dem Medienalltag und andererseits aus der subjektiven Aufnahme und Ausprägung dieses Alltags, dem Medienhandeln der Subjekte. Welche Position Medienpädagogik bezieht und vor allem welche Art von Aufgaben sie sich zu welcher Zeit stellt ist eng gebunden an die theoretische Position der Pädagogik und an ihre gesellschaftlichen Vorgaben. (vgl. ebd.)

**Medienkompetenz** wird nach Kafi (2000) als Fähigkeitsbildung beschrieben, die Fähigkeit die modernen Medien, einschließlich der sich ständig neu entwickelnden, fachkundig bedienen zu können und sich ihrer vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten bewusst zu sein. „Medienkompetenz zu erlangen ist praktische Notwendigkeit“.

Spanhel erweitert diese Erklärung um den pädagogischen Aspekt und weist darauf hin, dass Kinder heute schon im frühesten Alter vielfältige Erfahrungen mit dem Gebrauch von Medien machen. Diese Entwicklungsaufgabe bewältigen sie, indem sie durch ein „Lernen im Kontext“ (vgl. Bateson, 1990) in den alltäglichen Lebenssituationen in Familie und Peer-Group, eine grundlegende Medienkompetenz aufbauen. Diese Kompetenz besteht aus einem System von Wahrnehmungs-, Rezeptions-, Gefühls-, Wertungs-, und Handlungsmustern, die sich durch wiederkehrende Wiederholungen in den Jahren der frühen Kindheit in speziellen Formen stabilisieren.

Spanhels Ausführung auf den inhaltlichen Gehalt der Medienkompetenz erscheint besonders interessant. Dabei scheint ihm wichtig, dass in der bisherigen Diskussion der inhaltliche Aspekt vernachlässigt wird. Er meint, dass dabei vergessen wird, dass menschliches Zusammenleben nur dann funktioniert, wenn eine Kommunikationsgemeinschaft besteht (d.h. ein Bereich geteilter Bedeutungen, hinsichtlich der Medien, ihrer Sprache und ihrer Inhalte, ihrer anthropologischen, historischen und kulturellen Bedeutungen, ihrer neuesten Entwicklungen und technischen Grundlagen, ihres Funktionierens, ihrer Wirkungen, Möglichkeiten, Gefahren und Grenzen sowie ihrer individuellen und gesellschaftlichen Bedeutung). Letztendlich bildet die gemeinsame Sprache und Kultur mit ihren Wertorientierungen und Überzeugungen erst die Basis und den Rahmen für einen solchen konsensuellen Bereich. (vgl. Theunert/Lensen/Schorb 1995, S. 40)

**Lebenswelt** bietet den Dreh- und Angelpunkt der Ausführungen innerhalb der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit.

Nach Schütz und Luckmann (1975) sind folgende Merkmale für den Begriff Lebenswelt zentral (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 30): Der Begriff beschreibt keine materielle Welt, sondern eine immaterielle Welt der Werte, Normen, Orientierungen, oder anders gesagt, „das kulturelle Gehäuse in das wir hineingeboren werden“. Lebenswelt ist somit auch der Ort der Identitätsbildung, die die „Bühne für die Ausbildung sozialer und personaler Identität offeriert. (vgl. ebd, S. 30)

Lebenswelt ist keine individuelle, sondern auch eine soziale Welt, die kommunikativ hergestellt und verändert wird.

In einem beständigen Aushandlungsprozess wird die Herstellung von Lebenswelt vollzogen und je mehr Menschen verschiedenster Herkunft sich daran beteiligen, umso facettenreicher wird diese Lebenswelt. Es ist jedoch kein starres Wissen, was uns in die Wiege gelegt wurde, sondern es verändert sich im Strom der gesellschaftlichen Entwicklungen, was immer wieder aufs Neue nach Deutungen verlangt.

„So wie die einzelnen Aspekte dieser Entwicklungen vielfältig miteinander verwoben sind, stehen auch die Deutungen zueinander in einem engen Wechselverhältnis, sie bilden Sinnzusammenhänge. (vgl. ebd., S. 30)

**Mediensozialisation** befasst sich mit der Rolle der Medien bei Prozessen der sozialen Entwicklung von Individuen.

Medien verhalten sich als Sozialisationsagenten und sind Teil der sozialen und materiellen Umwelt, mit der sich Heranwachsende und Erwachsene aktiv auseinandersetzen. Mediensozialisationsforschung befasst sich nach Süss (2004) mit zwei Grundfragen:

- Wie lernen Menschen den Umgang mit Medien und welche Formen des Umgangs lassen sich unterscheiden? (Aspekt: Medienkompetenz)
- Wie verändern Medien die allgemeinen Sozialisationsprozesse und sind dies entwicklungsfördernde oder -gefährdende Veränderungen? (Aspekt: Medieneffekte)

In der zweifachen Fragestellung spiegelt sich die zweifache Rolle der Medien in unserer Gesellschaft wieder. Sie sind ein Teil der Gesellschaft, müssen bewältigt werden und sind zugleich ein Spiegel der Veränderungsinstanz der Gesellschaft. (vgl. Süss 2004 , S. 65f)

Die Gesellschaft steht am Anfang „unseres“ Modells der Mediensozialisation, am Ende steht die Identität. Eine erarbeitende Identität nach Marcia (1966) ist die Voraussetzung dafür, dass ein Individuum handlungsfähig wird und sich damit die Gesellschaft weiterentwickelt. Mediensozialisation leistet damit einen Beitrag zur Weiterentwicklung der Gesellschaft. (vgl. ebd., S. 283)

**Sozialer Wandel** beschreibt die Veränderung in den Strukturen eines Kollektivs, die eine Gesellschaft kennzeichnen (in Regeln und Regelmäßigkeiten, inklusive der damit einhergehenden Werte und Einstellungen).

In modernen Gesellschaften prägen Prozesse, wie Individualisierung, den sozialen Wandel und würden ohne die Rolle von Medien unvollständig bleiben. (vgl. Jäckel, 2005.)

**Identität** nach Erik Erikson bezieht sich dabei auf Georg Herbert Mead, der in seiner Theorie des symbolischen Interaktionismus die Aneignung der eigenen Identität durch soziale Interaktion beschreibt. Der Mensch entwickelt seine Identität im Austausch mit anderen und damit in zwischenmenschlichen Beziehungen.

Identität wird in diesem Zusammenhang sowohl als eine übersituative personale Komponente, als auch als eine kontinuierliche Anpassungsleistung zwischen eigenen Vorstellungen, Ansprüchen sowie Bedürfnissen und sozialen Ansprüchen und Erwartungen angesehen. (vgl. Mead, 1968)

Ein Bestimmungsmerkmal, was ganz wesentlich für diese Konzeption Identität ist, ist die Vorstellung einer zeitlich kontinuierlichen und auf Kohärenz ausgerichteten Entwicklung. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 396)

Wie David Gauntlett<sup>6</sup> geht Heinz Moser (2006) davon aus, „dass in der Postmoderne die binären Codierungen, mit denen Menschen früher eine klare Verankerung in gesellschaftlichen Strukturen erhalten haben, heute nicht mehr tragen“. Identitäten seien heute als „flüchtige Momentaufnahmen“, die immer wieder neu erarbeitet und abgesichert werden müssen, zu verstehen. (Heinz Moser, 2006, S. 399)

## 2.2 Kindheit

---

Kindheit prägt gegenwärtig in herausragender Weise den gesellschaftlichen Diskurs. Gesellschaftliche und politische Debatten zeichnen in umgekehrter Sicht ein Bild von Kindheit, die diese Phase nicht als zweckfrei darstellt, sondern an zahlreiche Entwürfe, Anforderungen und Herausforderungen bindet, mit dem die Heranwachsenden unserer Gesellschaft verbunden sind. Dieses Bild zeigt sich in gesellschaftspolitischen Maßnahmen und wird vor allem aber auch durch die Medien transportiert.

Kindheitsbilder werden von den Medien einerseits aufgegriffen, andererseits tragen sie bei Vorstellungen von Kindheitsbildern, die in verschiedenen Sozialisationsinstanzen aufgegriffen werden und in Erziehungs- und Bildungsprozesse einfließen, bei. (vgl. Schäfer/Wegener, S. 9)

---

<sup>6</sup> **David Gauntlett** englischer Soziologe, der das Soziologische Quartett entworfen hat (University of Westminster, *Website* [www.theory.org.uk](http://www.theory.org.uk), *Facebook-Gruppe*). Sein Gebiet liegt vor allem im Bereich der Medien-Soziologie, geht Forschungsprojekten nach und setzt sich mit dem Verhältnis von Medien und Alltagsleben auseinander. (vgl. <http://homosociologicus.de...13.10.2012>)

Im Sinne dieses Übereinkommens der UN-Kinderrechtskonvention ist ein Kind jeder Mensch, der das achtzehnte Lebensjahr noch nicht vollendet hat, soweit die Volljährigkeit nach dem auf das Kind anzuwendenden Recht nicht früher eintritt. (vgl. *Artikel 1*, <http://www.kinderrechte.gv.at...04.02.20012>)

Die Vorstellungen über Kindheit im Alltagsverständnis verbinden Erwachsene häufig mit der eigenen Kindheit, denn sie haben diese doch selbst erlebt. Dennoch sind die Ansichten nicht nur biographisch gefärbt, sondern auch von den sozialen, kulturellen (als kulturelles Muster) in die Generationenordnung gefasst (vgl. Nagl / Mierendorff, Heft 2007).

Richter (1987, S. 19) beschreibt Kindheitsbilder als „die Entwürfe und Vorstellungen, die sich eine Epoche, eine soziale Gruppe oder auch ein einzelner von Kindern macht und die individuell und gesellschaftlich außerordentlich wirksam sein und das Verhalten gegenüber „Wirklichen“ Kindern durchaus beeinflussen können. In der heutigen westlichen, hochindustrialisierten Gesellschaft sind Bilder und Erklärungen von Kindern zu finden, die das Resultat eines langen Prozesses sind. (Nagl / Mierendorff, Heft 2007) Normative Vorstellungen über eine gute bzw. schlechte Kindheit verbinden sich mit diesen Bildern. Wie die Kindheit heute wahrgenommen wird, steht neben kulturellen Diskursen und Praktiken, in engem Zusammenhang mit Medien. (ebd.).

***Kindheit im Wandel*** wird durch aktuelle Veröffentlichungen und durch die Medien aufgezeigt. „Die neuere Kindheitsforschung fasst die Kindheit nicht lediglich als Inbegriff von Reifungs- und Entwicklungsprozessen, sondern als ein soziales Phänomen auf, das sich historisch verändert. In diesem Sinne ist die Kindheit ein Konstrukt, ein kulturell verbindliches Wissen, das auf die Rolle des Kindes in der Gesellschaft verweist. Die Inhalte dieser Rolle sind die Regeln, Normen und Erwartungen, die die Erwachsenen den Kindern zuschreiben.“ (Bickler 2001)

Was von Kindern erwartet bzw. nicht erwartet wird, welche Rechte Kinder haben und welche Stellung sie innerhalb einer Gesellschaft einnehmen, hängt von dem historisch geprägten Bild, das Menschen von Kindern haben, ab. (vgl. ebd.)

Das Deutsche Jugendinstitut verwies im Jahr 2009 (DJI 2009) in einer Publikation auf die Kindheit in unterschiedlichen Szenarien hin, in denen sich Aufwachsen konstituiert.



In Verbindung damit steht die Ambivalenz von kindlichem Eigensinn und gesellschaftlicher Vereinnahmung mit der damit verbundene Frage, ob Kindheit als ein Schonraum (in dem sich der Heranwachsende nach seinen eigenen Interessen und Bedürfnissen zweckfrei entfalten kann) oder als eine grundlegende Entwicklungsphase (in der es heißt das Kind frühzeitig optimal zu fördern und zu bilden) gesehen werden kann. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 9)

„Der Druck auf Kinder in unserer Gesellschaft ist deutlich gewachsen, gerade durch eine sinkende Geburtenrate und der damit verbundenen, gestiegenen Lebenserwartung der Gesamtbevölkerung. Somit werden die Heranwachsenden zunehmend als ein seltenes und umso wertvolleres Gut unserer Gesellschaft definiert und immer früher werden sich die Jüngsten den Erwartungen einer Leistungs- und Wissensgesellschaft stellen. Hoffnungen die in die nächsten Generationen gesetzt werden, sind groß“. (ebd.)

Jedoch sind nicht nur Erwartungen an die Kindheit einem Wandel unterworfen. Die Lebensformen, in denen Aufwachsen stattfindet, ändern sich ebenfalls. (vgl. ebd.)

Durch Individualisierung und Pluralisierung von Lebensformen werden neue Familienstrukturen generiert.

Patchwork-Familien und nichteheliche Lebensgemeinschaften sind für viele Kinder Realität.

Auch gleichgeschlechtliche Beziehungsformationen und Ein-Eltern-Familien bieten den Kindern einen „Hort des Aufwachsens“. Kindheit ist heute eine Multikulturelle.

Erfahrungen von „Multikulturalität“ in unserer Zeit beziehen sich vor allem auf kindliche Lebenswelten. Kindheit ist also kein zeitloses und naturgegebenes Phänomen, sondern ist an die jeweiligen Bedingungen einer Gesellschaft gebunden. Die Ansprüche und Erwartungen an Kinder formieren sich aus ihren sozioökonomischen Bedingungen, Normen und Wertvorstellungen.

Diese genannten Aspekte spiegeln sich in den verschiedenen Sozialisationsinstanzen und in gesellschaftspolitischen Maßnahmen wieder. Und nicht zu vergessen auch in den Medien, die auf der einen Seite über die Heranwachsenden berichten und sie darstellen und sich andererseits an die Kinder wenden. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 10)

Kinder wirken aber auch als Sozialisierungen, denn Sozialisation ist ein wechselseitiger Begriff. Wandel könnte somit also auch bedeuten, dass sich das Kräfteverhältnis zwischen Kindern und Erwachsenen, in ihrer Rolle als aktive Gestalter von Sozialisation, über Generationen hinweg verschiebt. Gerade in Bezug auf die heutige Zeit ist zu fragen, ob Kinder eine bedeutendere Rolle einnehmen können als Erwachsene. (vgl. Süß 2004, S. 81)

### **2.3 Das Prinzip des Modelllernens**

---

Mit dem Begriff des „Modelllernens“ fand der Forscher, Lehrende und Theoretiker Albert Bandura eine Bezeichnung für einen „kognitiven Lernprozess, der vorliegt, wenn ein Individuum als Folge der Beobachtung des Verhaltens anderer Individuen sowie der darauffolgenden Konsequenzen sich neue Verhaltensweisen aneignet oder schon bestehende Verhaltensmuster weitgehend verändert.

(vgl. <http://paedpsych.jku.at:4711/cicero/LERNEN/Lernen%20am%20Modell.pdf...12.2.2012>)

Das Prinzip des Modelllernens nach Bandura (1976) stellt den Übergang zwischen behavioristischen und kognitiven Forschungsansätzen dar. Obwohl die Wurzeln seiner Theorie im Behaviorismus liegen, entfernte sich Bandura jedoch zunehmend von diesen, hin zu kognitivistischen Lerntheorien.

Ausgehend von der Frage, ob die Prinzipien der operanten Konditionierung, auch dann wirksam werden, wenn diese nicht selbst erlebt, sondern bei einem anderen Menschen beobachtet werden, entdeckte Bandura zunehmend, dass die Art der Konsequenz, die das Modell erfährt, nicht notwendigerweise eine Voraussetzung für das Lernen darstellt, sondern vielmehr nur einen von mehreren Faktoren.

Banduras Studien trugen maßgeblich zum Übergang von der behavioristischen zur kognitiven Interpretation des Modelllernens bei. Bei einer Untersuchung, in welcher Kindergartenkindern- aufgeteilt in zwei Gruppen- in Filmen und realen Vorführungen verschiedene Modelle vorgestellt wurden, stellte sich heraus, dass jene Kinder, deren Modelle ein aggressives Verhalten an den Tag legten, dieses übernahmen und weitaus aggressiver agierten, als jene Kinder deren Modelle ein ruhiges Auftreten darboten. (vgl. Bandura u.a., 1963)

Durch Replikation und Differenzierung dieser Ergebnisse anhand darauf aufbauender Studien konnte Bandura (1976) zeigen, dass das Modelllernen für Menschen (und sogar für einige Tiere) eine wichtige Form des Lernens darstellt und den stärksten Wirkungseffekt aufweist, wenn spezifische Bedingungen erfüllt sind. Hierzu zählt neben der Verstärkung und positiven Wahrnehmung des Modells, dass der Rezipient Ähnlichkeiten zwischen sich und dem Modell erkennt und dadurch der Lernprozess begünstigt wird.

Eine Verstärkung des Beobachters durch die Tatsache, dass dieser dem Modell Aufmerksamkeit schenkt, stellt eine weitere Bedingung dar. Das Verhalten des Modells sollte sichtbar und auffällig sein, während der Beobachter über ausreichende Kompetenzen verfügen muss, um das Verhalten nachahmen zu können.

Bandura zufolge könne der Lernprozess in zwei Phasen gegliedert werden (siehe Abbildung 2), wobei „Akquisition“ die Phase der Aneignung darstellt, in welcher Aufmerksamkeits- und Gedächtnisprozesse eine wichtige Rolle spielen. Während der Phase der Ausführung des gelernten Verhaltens, der Performanz, wirken neben Verstärkungs- und Motivationsprozessen auch die motorische Reproduktion. (vgl. Bandura, 1976)

In der nachfolgenden Abb.1 werden die Phasen verdeutlicht.

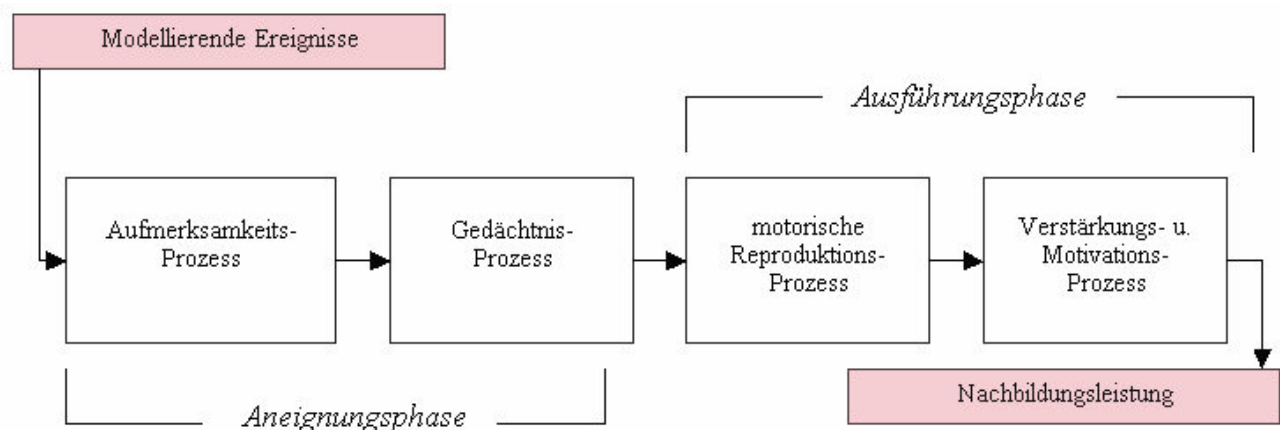


Abb.1: Modelllernen - die zwei Phasen des Lernprozesses nach Bandura

Das Lernen am Modell bietet die Möglichkeit, sich schnell komplexe Verhaltensweisen anzueignen, indem die Rezipienten Verhaltensweisen aus dem sozialen Kontakt übernehmen – hierzu zählen beispielsweise Gestik, Mimik und Sprachverhalten, aber auch Kleidung, Bewegung oder Rollenverhalten.

Da Modelllernen häufig implizit – und damit unbewusst – abläuft, wird das Verhalten nicht kritisch reflektiert. Ein Beispiel hierfür wäre, dass Jugendliche in ihrer Peergruppe nicht darüber diskutieren, ob Rauchen „cool“ oder ungesund ist, sondern das Verhalten jener Gruppenmitglieder, die als wichtig eingestuft werden, einfach übernehmen. (vgl. Wagner u.a., 2009)

Findet jedoch eine kritisch-gedankliche Auseinandersetzung statt, so fällt das in den Bereich des bewussten kognitiven Lernens, welches auch als „absichtsvoll“ bezeichnet wird, und läuft somit nicht mehr implizit ab.

## **2.4 Der Generationenbegriff**

---

Die Generationengestalten des 20. Jahrhundert wurden von Fend (1988) untersucht und stellten eine Typologie von vormodernen, modernen und postmodernen Formen der Existenzbewältigung auf. (vgl. Süß 2004, S. 41f) „Sozialisation besteht darin, dass die Menschheit versucht, ihre zentralen Lebensführungskulturen und Weltbilder von Generation zu Generation weiterzugeben.“ (ebd.) Es stehen bei jeder neuen Generation kulturelle Bausteine auf dem Spiel, denn die aktive Aneignung durch neue Generationen führt zu einer Umformung und Gewichtsverschiebung.

Wenn Lebensentwürfe unterschiedlicher Generationen verglichen werden, zeigt sich, dass die Tendenz besteht, dass manche Orientierungen immer wieder in Frage gestellt und später wieder neu entdeckt bzw. wiederaufgenommen werden (in Form einer vergleichbaren Pendelbewegung).

Zinnecker (2002) beschreibt die Generationen der Nachkriegszeit als konservativ-traditionell, welcher es um Sicherung ihres Überlebens und den Aufbau einer lebenswerten Zukunft geht. Die nächste Generation der 60er war eher rebellisch orientiert und wollte die konservative und satte Welt auf den Kopf stellen, um die Gesellschaft zu verändern.

Die Jugendgeneration der Jahrtausendwende ist im Gegenzug wieder eher konservativ, hat keine politischen Ambitionen und will eher im Rahmen einer unsicheren Gesellschaft, mit positiven Optionen, eine gute Perspektive für sich selbst entwickeln. Außerdem ist diese Generation familien- und leistungsorientiert. (vgl. ebd.)

Ein entscheidender, oft vernachlässigter Ausgangspunkt ist die Tatsache, dass drei unterscheidbare Grundkonzepte des Begriffs „Generation“ bestehen. Eine klare begriffliche Unterscheidung ist somit notwendig, da die drei Generationenbegriffe nicht ineinander überführt und zu einem einzigen Begriff zusammengefasst werden können.

In der Forschungsliteratur wird der Begriff wie folgt in drei unterschiedlichen Zusammenhängen verwendet:

-**genealogischer Generationenbegriff:** als Kategorie zur Unterscheidung der Abstammungsfolgen in Familien, wie sie aus dem Alltag und der Familienforschung bekannt sind

-**pädagogischer Generationenbegriff:** als pädagogisch-anthropologische Grundkategorie, in der es um ein Grundverhältnis der Erziehung, das Verhältnis zwischen vermittelnder und aneignender Generation geht

-**historisch-gesellschaftlicher Generationenbegriff:** zur Unterscheidung kollektiver historischer und/oder sozialer Gruppierungen, die sich durch ihr gemeinsames Leben im historischen Raum, durch gemeinsame prägende Erlebnisse und durch gemeinsame Verarbeitungs- und Handlungsforderungen auszeichnen (vgl. Liebau 1997, S. 20)

Ein Zentrales Merkmal der **Technik- und Mediengenerationen** (Personengruppen mit gemeinsamer Technik- und Medienerfahrung, z.B. Media Generation) ist, dass jüngere Generationen oftmals längere und intensivere Erfahrungen mit neuen Technologien und Medien aufweisen, als ältere Generationen. In Diskussionen zu technischen Entwicklungen werden hier und da auch Produkte in „Generationen untergliedert“ (z.B. „die dritte Computer-Generation“).

Der „**Generationenkonflikt**“ wird von den Massenmedien zur Steigerung der Problematik verwendet und ist auch historisch belegbar. Familiäre und sozialpolitische Interessenkonflikte zwischen jüngeren und älteren Menschen können in einer sich rasch wandelnden Gesellschaft nur unter spezifischen Bedingungen zu Generationskonflikten (Autoritäts- und Sanktionsgewalt der älteren Generation) führen. (vgl. Höpflinger 1999)

Innerhalb der vorliegenden Forschungsarbeit soll auf den pädagogischen und den historisch-gesellschaftlichen Generationenbegriff näher eingegangen werden.

#### 2.4.1 Zum pädagogischen Generationenbegriff

---

Die Vermittlung von Normen, Kenntnissen und Fertigkeiten von der älteren Generation an die neue Generation ihrer Kinder, ist eine Grundvoraussetzung jeder menschlichen Gesellschaft. Nur so kann kulturelle, soziale und wirtschaftliche Kontinuität in der Lebenszeit der Menschen garantiert werden. Der Begriff ist ausschließlich durch die Subjektposition in Bezug auf die gesellschaftliche Tätigkeit der Erziehung definiert. In neuzeitlichen und modernen Gesellschaften kommt es jedoch in wachsendem Umfang zu Diskontinuitäten und Wandlungsprozessen, bei denen jüngere Menschen Lernprozesse vollziehen müssen, die sich mit den Zielen und Werten älterer Menschen nicht mehr vereinbaren lassen. Damit sind Konflikte zwischen erziehender Generation und nachwachsender Generation vorprogrammiert.

Die aneignende Generation, als historisch jüngere Generation, ist in hoch dynamischen Gesellschaften der vermittelnden Generation, als historisch ältere Generation, in vielerlei Hinsichten voraus. Das historische Generationenverhältnis kann sich somit pädagogisch umkehren, z.B. wenn Großeltern durch die Enkel in neue Computerwelten eingeführt werden.

Margret Mead (1971), eine bekannte Anthropologin unterschied drei grundlegende Gesellschaftsformationen: postfigurativ, kofigurativ und präfigurativ.

In den „postfigurativen“ oder auch traditionellen Gesellschaften ist die Gegenwart der Erwachsenen, die Zukunft der Kinder, indem die Kinder von ihren Vorfahren lernen. In sich langsam wandelnden Gesellschaften entwickelt sich eine „kofigurative“ Struktur, in der sich Erwachsene und Kinder mit einer verändernden Zukunft auseinandersetzen müssen. Die Zukunft der „groß“ gewordenen Kinder wird somit anders aussehen, als die der bereits erwachsenen. Kinder lernen dabei vermehrt von den Gleichaltrigen, bzw. Individuen ihrer eigenen historischen Generation. Dadurch kommt es zu einer wachsenden Distanz zwischen den Generationen, auch wenn die ältere Generation in vielerlei Hinsicht noch dominiert.

Nach Margret Mead entsteht in den beschleunigten modernen Gesellschaften die „präfigurative“ Konstellation, in der die Zukunft noch offen ist. Die Heranwachsenden lernen hier von den Erwachsenen und diese wiederum von ihren Kindern. (vgl. Höpflinger 1999)

#### 2.4.2 Zum historisch-gesellschaftlichen Generationenbegriff

---

In gesellschafts- und sozialpolitischen Diskussionen wird allgemein ein Generationenbegriff verwendet, der sich auf gesamtgesellschaftliche Gruppierungen bezieht, denen historische, kulturelle oder sozial spezifische Gemeinsamkeiten zugeordnet werden können. (z.B. „Kriegsgeneration“, „68er Generation“ etc.)

Als soziale Kategorien werden Generationen wahrgenommen, die gewisse soziale Gemeinsamkeiten (erfahrene Ereignisse, Gleichzeitigkeit des Aufwachsens, gemeinsame Interessen, Weltanschauungen usw.) aufweisen. (vgl.ebd.)

Johann Wolfgang von Goethe schrieb in „Dichtung und Wahrheit“: "[E]in jeder, nur zehn Jahre früher oder später geboren, dürfte, was seine eigene Bildung und die Wirkung nach außen betrifft, ein ganz anderer geworden sein." (Dilthey 1875/1957 In: Höpflinger 1999)

Eine Generation ohne ein gemeinsames Generationsbewusstsein existiert nach Karl Mannheim nicht. Es sind nach ihm erst gesellschaftliche Momente, welche zu den historisch-soziologischen interessierenden Elementen von Generationszusammenhang und Generationseinheit führen. (vgl. ebd.)

### 3. Neue Perspektiven – Medienzuwendung als soziales Handeln

---

Medien sind auf vielfältige Weise von Nutzen. Dabei spielen allerdings nicht allein individuelle Erwartungshaltungen eine Rolle, sondern auch soziale Faktoren, die den Umgang mit den Medien maßgeblich beeinflussen können.

#### 3.1 Uses-and-Gratifications-Ansatz

---

*Uses-and-Gratifications-Ansatz* oft bekannt als „Nutzenansatz“ basiert „auf der Konzeption von Medienzuwendung als aktives, sinnorientiertes soziales Handeln“.

(Bonfadelli/Jarren/Siegert 2010, S. 624)

Dabei geht es im Kern also darum, „welche Nutzungsfunktionen und überdauernden sozialen Bedeutungen den Medien in Form von Erwartungshaltungen zugeschrieben werden.“ (Baacke u. a. 1991, S. 18)

Im beschriebenen Ansatz wird aus der Frage „Was machen die Medien mit den Menschen?“ die Frage „Was machen die Menschen mit den Medien?“.

Der Uses-and-Gratifications-Ansatz geht auf Katz und Foulkes (1962) zurück, der durch Blumer und Katz 1974 (The Uses of Mass Communications) entwickelt wurde.

Die Mediennutzung wird dabei als eine aktive, zielgerichtete und sinnhafte Form des sozialen Handelns verstanden, die in Abhängigkeit der eigenen Bedürfnisse, Probleme und Erwartungen erfolgt. Der Mediennutzer ist somit an die Vorgaben des Mediums gebunden, um seine Bedürfnisse befriedigen zu können. Motive der Mediennutzung sind der Wunsch nach Unterhaltung, Information, Identifikation und Geselligkeit. (vgl. luhmann.uni-trier.de...14.10.2010) Die Bedeutung der Medien ist nach Rosengren (1974) einerseits abhängig von den vorhandenen funktionalen Alternativen (z.B. Defiziten an realen Interaktionsmöglichkeiten) und andererseits von den persönlichen Fähigkeiten, die eigenen Bedürfnisse befriedigen zu können. Renckstorf (1989) visualisiert die handlungstheoretische Interpretation des Nutzungsansatzes und meint, dass das Handeln von Menschen in bestimmten vorgegebenen Situationen, in denen die umgebende Gesellschaft einerseits und die eigene Individualität (Persönlichkeit und Biografie) des Handelnden andererseits, die Rahmenbedingungen darstellen.

(vgl. Bonfadelli/Jarren/Siegert 2010, S. 624)

Vor diesem speziellen Hintergrund wird die aktuelle Situation auf der einen Seite als unproblematisch im Alltag („leichter zu bewältigen“) und andererseits als Problem wahrgenommen.

Die zur Verfügung stehenden Problemlösungsstrategien (Bsp.: TV-Programm oder Ausgehen mit Freunden) werden mit erwarteten Handlungsentwürfen und konkreten Entscheidungen zwischen Handlungsalternativen aktiviert, wobei sich dabei bestimmte Muster des Handelns ergeben.

Das kann ersichtlich durch die Zuwendung zu Medien oder anderen nicht medialen Aktivitäten werden. Die gewählten Verhaltensweisen tragen entweder zur Zielerreichung bei oder nicht, was zu Veränderungen der Persönlichkeit und auch der Gesellschaft (Medien und ihre Angebote) führen kann. (vgl. ebd.)



Aus dem Nutzen- und Gratifikationsansatz entstand das rezipientenorientierte Wirkungsmodell nach Sturm (1982), wodurch der Wirkungsbegriff verschoben wurde. Dabei wurden Formen der Nutzung aufgesucht und nicht mehr als Resultate des Medienkontaktes beschrieben.

Die soziale Funktion und die Ergänzung bestimmter Persönlichkeitsmerkmale gewannen erst dadurch Relevanz. (vgl. Hurrelmann 1988, S. 20)

Während sich Bonfadelli auf die soziale Funktion (Identifikations-, Informationsfunktion, affektive, expressive, kompensatorische Funktionen, Symbolfunktionen und Identitätsstiftung, Strukturierung von Zeit) bezieht (vgl. Bonfadelli 1988, S. 186f) stützen sich Armbruster und Baacke eher auf die Erleichterung, Erregung und das Abenteuer. (vgl. Armbruster/Baacke 1984, S. 28ff)

### **3.2 Der sozioökologische Ansatz nach Baacke**

---

Dieter Baakes (1973) Ausführungen für Kommunikation und Kompetenz waren richtungsweisend für die Herangehensweise. Forschungsfragen des Handlungsorientierten Ansatzes bedienen sich nicht vorrangig auf die Wirkung von Medien, sondern auf deren Nutzung und Aneignung durch die Konsumenten. (vgl. Granzner 2005, S. 44)

Nach Baackes (1980) sozioökologischem Ansatz wird der Handlungs- und Erfahrungszusammenhang als integriertes „Wirkfeld“ gesehen. Die gesamte mediale Umwelt, nicht nur vereinzelte Medien, bestimmen die Sozialisation der Heranwachsenden mit. Die räumliche und soziale Umwelt werden von ihm in vier gedachte konzentrische Kreise eingeteilt.

Das sozioökologische Zentrum ist die Familie, um das der sozioökologische „Nah Raum“ (z.B. Nachbarn), sozioökologische Ausschnitte (z.B. Schule) und die sozioökologische Peripherie (in der ab und zu Kontakte stattfinden) liegt. (vgl. Jaklin, 1998)

Überlegungen aus einer Theorie sozialer Systeme, die auf der Grundkategorie Kommunikation basieren, nehmen Luhmann und Habermas für sich in Anspruch (vgl. Holzer 1994). In der „Kommunikation“ sieht Luhmann den basalen Prozess sozialer Systeme, der die Elemente erzeugt, aus denen Systeme bestehen.

„Sozialität ist kein besonderer Fall von Handlung, sondern Handlung wird in sozialen Systemen über Kommunikation und Attribution konstituiert als eine Reduktion der Komplexität, als unerlässliche Selbstsimplifikation des Systems“ (Luhmann 1985, S. 191).

Kein soziales Gebilde kann nach Kunczik 1979 aufgebaut und erhalten werden.

Somit kann auch keine soziokulturelle Persönlichkeit, die das soziale Leben als fundamentalen Prozess unterstützt und die Kontinuität einer Gesellschaft sichert, entstehen. (vgl. Jaklin, 1998)

### **3.3 Handlungstheoretischer Zugang**

---

Nach Habermas (1981) erschließt der Grundbegriff des kommunikativen Handelns den Zugang zu drei Themenkomplexen, die miteinander verschränkt sind: „zum Begriff der kommunikativen Rationalität, zu einem zweistufigen, die Paradigmen von Handlung und System verknüpfenden Gesellschaftskonzept und zu einem theoretischen Ansatz, der die Paradoxien der Moderne mit Hilfe einer Unterordnung der kommunikativ strukturierten Lebenswelt unter die imperativen verselbständigten, formal organisierten Handlungssysteme erklärt.“ (Habermas: Theorie des kommunikativen Handelns In: Habermas 1981,S. 40)

Somit ist das kommunikative Handeln der grundlegende Reproduktionsbegriff von allen Gesellschaften, die als ein System und als Lebenswelt zu begreifen sind. In der Moderne würden sich die Handlungssysteme über Lebenswelten ausdifferenzieren. (vgl. Habermas 1981,S. 40)

Schon im emanzipatorischen Ansatz der Medienpädagogik sollte davon ausgegangen werden, dass Kinder nicht als Defizitäre und zu Entwickelnde angesprochen, sondern als eine eigene gesellschaftliche Gruppe, als „handelnde“ und nicht als zu „behandelnde“ eines bestimmten Vorgangs angesehen werden. Kinder werden häufig als eine Gruppe, die vielen fremder ist als in den Generationen davor, gesehen.

“Der Bildungstechnische sowie emanzipatorische, medienkritische Ansatz aus den 60er Jahren ging Mitte der 70er Jahre in den handlungsorientierten Ansatz über.

In der Literatur lässt sich ebenfalls, gleichbedeutend dazu, der Begriff des lebensweltorientierten Ansatzes finden“. (Junghanns 2005, S. 8f). Die entscheidende Aufgabe der Medienpädagogik ist und bleibt das Öffnen von Handlungsspielräumen.

Nach Schell (2001, S. 151ff.) bedeutet das, das Individuum zu befähigen, die Medien aktiv und selbst bestimmt als Mittler zu nutzen, sich mit ihrer Hilfe in öffentlichen Räumen mitzuteilen und diese für eine bewusste und gezielte Kommunikation zu verwenden, um sie als Mittel zur Entfaltung der eigenen Fantasie und Kreativität einzusetzen. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 121)

Die aktive Medienarbeit ist heute eine bewährte Methode, der handlungsorientierten Medienpädagogik aus der Erkenntnis heraus, dass Kinder und Jugendliche neben faktischen Wissen auch die Spielregeln einer sozialen Gemeinschaft, in der sie sich täglich bewähren müssen, erleben und erlernen sollen. (Hartung/ Fleischer, 2004, S. 9)

Dabei sollte kritisch im Auge behalten werden, dass Kommunikationstechnologien den Wandel gesellschaftlicher Bedingungen (in rasch ändernden Lebensgewohnheiten, in Beruf, Freizeit und in allen Ausdrucksformen kulturspezifischen Medienverhaltens) mitprägen. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 183)

Die Massenmedien entwickelten aus handlungstheoretischer Sicht im Allgemeinen und auf das Fernsehen im Besonderen bezogen, einen wichtigen und besonderen Stellenwert in der Lebenswelt des Mediennutzers. Der Zuschauer ist im Stande, anhand des Mediums, sich und seine Umwelt zu beobachten.

Daraus kann er eine Interpretation seiner subjektiven Lebenswelt vollziehen. Fernsehen trägt somit zu einer sozialen Integration und Sozialisation bei. Medien sind so dem sozialen Wandel unterworfen, denn sie sind in ihrem Programmangebot thematisierend und lassen sich selbst verändern. (vgl. Bruns 1996, S. 207f)

„Dies bedeutet, dass sich Fernsehen in einem nicht-rekursiven Austausch- und Wechselwirkungsprozess mit anderen gesellschaftlichen Teilbereichen weiterentwickelt und seine Randbedingungen [...] verändert.“ (ebd. S. 207f)

### 3.3.1 Zielsetzungen handlungsorientierter Medienpädagogik

---

Der Rezipient sollte nicht mehr als ein passives Opfer gesehen werden, das den Medienimpulsen automatisch folgt, sondern als Subjekt, das auch außerhalb von Unterrichtsprozessen seine Erfahrungen aktiv und reflexiv verarbeitet, sich eine Meinung bildet und nach eigenen Bedürfnissen und eigenem Geschmack entscheidet.

Daher sollte die Medienpädagogik Einstellungen und Vorkenntnisse haben, situative Bedingungen und Erwartungen der Rezipienten zu kennen und zu respektieren, um deren Handlungsfähigkeit zu untersuchen und zu verbessern. (vgl. Granzner 2005, S. 44)

Die Befähigung zur kritisch-reflexiven Mediennutzung wird von der handlungsorientierten Medienpädagogik in den Vordergrund gestellt, wodurch die Subjekte, als grundsätzlich fähig zur kritischen Mediengestaltung und Rezeption gesehen werden. (vgl. Baacke 1997, 46 ff)

Der Perspektivenwechsel vom Medienrezipienten zum Medienproduzenten rückt eigene Zielsetzungen, Bedürfnisse, die Gestaltung und Verbreitung eigener Inhalte, sowie die Erweiterung ästhetischer Erfahrungen in den Vordergrund. Die Ansätze handlungsorientierter Medienpädagogik rücken das, was Menschen mit Medien machen, in die soziokulturelle Gegenwart. Das kann auf die praktische Medienarbeit, z.B. in Form von Filmprojekten, übertragen werden. (vgl. Hug 2002, S. 201)

In den 70er Jahren traten neben Schule und Bildungseinrichtungen Medieninstitutionen als Orte der Medienerziehung, wie z.B. der öffentlich-rechtliche Rundfunk, in den Vordergrund. Rundfunkgesetze der Länder hatten einen „Bildungsauftrag“, der zuständig für die allgemeine Programmgestaltung, für den Schulfunk und Angebote für die Heranwachsenden war und somit einer pädagogischen Verantwortung unterlag.

Dadurch entstanden neue Sendeformen, die zur Emanzipation des Publikums beitragen sollten. (vgl. Wermke 2001)

Dazu zählte die „Rappelkiste“, die als deutsche Kinderfernsehserie von 1973 bis 1984 im ZDF, jeden Sonntag am frühen Nachmittag ausgestrahlt wurde. Die Zielgruppe waren Kinder im Vorschulalter.

Der Titelsong begann mit „Ene mene miste, es rappelt in der Kiste“. In der Sendung wurden, wie bei der „Sesamstraße“, pädagogische Ziele verfolgt. Die Serie zeigte den Spiegel der 68er-Bewegung, als antiautoritäre, emanzipatorische Reformpädagogik, in der Autoren gesellschaftlich tabuisierte Themen, wie Sexualität, Krieg und Arbeitslosigkeit, aufgriffen. Es wurde Chancengleichheit gefördert und Kritik an sozialer Ungleichheit und kapitalistischen Besitzverhältnissen ausgeübt. Werte und Gewohnheiten der Gesellschaft wurden kritisiert. Ein bekanntes Beispiel sind Kinder türkischer Gastarbeiter, die den Deutschen Türkisch beibrachten. (vgl. [http://www.steffi-line.de/archiv\\_text/nost\\_serie/ks\\_rappelkiste.htm...10.10.2012](http://www.steffi-line.de/archiv_text/nost_serie/ks_rappelkiste.htm...10.10.2012))

Die kreative Aneignung von Themen und Stoffen bis zur Erfassung von Medienensembles in biographischen und lebensweltlichen Zusammenhängen, die der polymedialen Orientierung der Heranwachsenden dient, steht beim handlungsorientierten Ansatz an oberster Stelle. (vgl. Baacke 1990, S. 21)

Zu einer neuen Situation, Mitte der 80er, führten neue technische Entwicklungen und medienpolitische Entscheidungen, die eine Weiterentwicklung und neue Konzepte abverlangten.

Die beteiligungs- und medienkritischen Sendungen wurden bis zum heutigen Tag eingestellt. Die Fernsehbewegung war bedeutungslos geworden und die Einführung von Medien im Schulunterricht wurde gestoppt.

Doch die Medienpädagogik als Handlungsfeld und Disziplin hat sich durch neue Praxismodelle und Forschungsergebnisse, mit der Gründung der Gesellschaft für Massenmedien und Kommunikationskultur (GMK, 1984), etabliert. Das Fundament für die 90er und das darauffolgende Jahrzehnt wurde dadurch gelegt. (vgl. Wermke 2001)

Nach Baacke (1980) und Schorb (1987) lassen sich die Ziele handlungsorientierter Medienpädagogik folgendermaßen formulieren:

- Die Handlungsmöglichkeiten werden für Lernende in der reflexiven Auseinandersetzung mit medialen Produkten erfahrbar, z.B. in Filmen, als auch bei der Eigenproduktion, der aktiven Gestaltung eines Films etc.
- Durch bewusste Kommunikation, gemeinsames Ansehen eines Films und gemeinsames Aufarbeiten seines Inhalts (verbale und aktive Methoden wie z.B. Rollenspiel, Collage usw.), lernen die Heranwachsenden themenbezogen zu argumentieren, diskutieren und anderen zuzuhören.
- Es erfolgt die Befähigung eigene Interessen selbstkritisch zu erkennen und kreativ umzusetzen. (bei Eigenproduktionen von Fotoausstellungen, Video-Kurzfilmen etc.)
- Eine intensive Auseinandersetzung mit den eigenen Interessen, Standpunkten, Einstellungen usw. werden durch kreative Formen der Vermittlung an Andere gefunden.

- Der Erwerb von Verhaltenssicherheit in unterschiedlichen sozialen Situationen wird erlernt. Durch das Aufzeichnen von Rollenspielen, in denen sich die Adressaten mit dem Problem der Konfliktlösung auseinandersetzen und anschließender Reflexion, beispielsweise anhand von Videoaufzeichnungen, können Verhaltensweisen erprobt, erlernt und korrigiert werden.
- Das eigene Erleben und eigene Problemeinsichten werden in Bilder und Worte umgesetzt. (vgl. Schorb 1994)

Die genannten Zielvorstellungen von Medienpädagogik mit deren Handlungsorientierungen, gewinnen mit der fortschreitenden Mediatisierung, an Bedeutung. (vgl. ebd. 1994)

In der Kommunikationswissenschaft gewinnt die Medienpädagogik ihre Beachtung laut Blaschitz und Seibt auf folgenden Ebenen:

- durch die Analyse des Medienangebots hinsichtlich seiner Herkunft, Entstehungs- und Produktionsbedingungen
- Der Frage nach Rezeptionsprozessen und Bedingungen sowie einer auf der Analyse der beiden erstgenannten Auseinandersetzungen mit medienpädagogischen Konsequenzen und Praxisbezügen. (Blaschitz /Seibt 2008)

Die pädagogische Herausforderung besteht also nicht darin, sich zu verweigern, sondern zwischen existierenden oder möglichen medialen Risiken und dem durch die Medien eröffneten Zugewinn an Erfahrungen, an Lernchancen und kreativen Handeln, zu unterscheiden. (vgl. ebd.)

***Wie lassen sich die Grenzen also überwinden, die zukunftsöffnendem Handeln im Wege stehen?***

Dem brasilianischen Pädagogen Paul Freire ging es um Grenzen, die das Subjekt von einem besseren Leben trennen und bei deren Überwindung er ihm einen unterstützenden Part zuschrieb. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 38f)

Nach Freire erscheinen drei Schritte der Begrenzung erforderlich: „Die Pädagogik müsse eine sich verweigernde Positionierung gegenüber Medien allgemein und gegenüber digitalen Medien im Besonderen, als begrenzt und dysfunktional erkennen.“ (ebd.)

Grenzen sollten nicht als Trennung zwischen dem „Sein und dem Nichts“, sondern als Grenze zwischen dem „Sein und dem Mehr“ erkannt werden, was für die Pädagogik (Theorie und Praxis) bedeuten würde, den pädagogischen Auftrag zu erfüllen.

Menschen könnten in der gegenwärtigen Technik- und Informationswelt so unterstützt werden, dass sie lernen, die von den Medien ausgehenden Risiken zu minimieren.

Die Medienpädagogik müsse also im Sinne von Freire, als ein Wechselverhältnis zwischen technischer und sozialer Entwicklung begriffen werden, um mediale Strukturen als prägende und beeinflussbare Strukturen wahrzunehmen. Nach Freire sollte eine Pädagogik gefordert werden, die Aktion und Reflexion in ihrem Selbstverständnis miteinander verknüpft.

Situationen in der sich Individuen befinden, können somit reflektiert und neue Handlungsmöglichkeiten eröffnet werden. (vgl. ebd.)

Wünschenswert wäre nach Raskusa eine Pädagogik, die sich weniger auf Reaktionen beschränkt, sondern auf eine pädagogische, kulturelle, politische, gestalterische, kritische Ebene. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 52)

Wichtige Aspekte zum Fernsehverhalten wären in diesem Sinne:

- die Analyse sozialisierender Bedingungen medialer Erfahrungen
- die Formulierung pädagogischer Prinzipien
- die Aneignung einer Medienkompetenz, reflexiv kritischen Kompetenz, über Risiken was die Fähigkeit bewirkt Risiken zu minimieren
- Eine medienkontrastierende Kompetenz, die Fähigkeit zwischen realer und fiktiver Welt zu unterscheiden und die Medienwelten so in den Alltag zu integrieren, dass Lebenswelten ihre Bedeutung nicht verlieren. (vgl. ebd.)

Im Fall des Films und Fernsehens sollte es heute heißen, alle Mittel in Bewegung zu setzen, um die Heranwachsenden mit Filmen außerhalb der Schule oder Kinos bekannt zu machen. Eine intensive Zusammenarbeit mit der Schule wäre von großem Vorteil. Die Bedeutung dieser Art von Begegnung ist groß.

Waren denn nicht gerade die „scheinbar am schlechtesten, heimlich gesehene Filme“, die eigentlich noch gar nicht der Altersklasse entsprachen oder die mit einem schlechten Gewissen gesehenen wurden, die Besten? (vgl. Bergala 2006, S. 51)

Doch wenn Kunst allein zum Spaß geboren wäre, hätte sich die Schule nicht einzumischen. Denn die richtigen Wege sich Spaß zu verschaffen, kann jeder viel schneller auch selbst finden. Jedem ist das auch schon passiert, egal ob als Erwachsener oder Kind, dass wir mit Vergnügen, im Wissen, dass wir uns damit nur abreagieren wollen, etwas vollkommen Sinnloses ansehen. Trotzdem ist zu beachten, dass es eine andere Ebene von Intensität und Wirkung gibt, die ganz woanders liegt. Es gibt ein komplexeres Vergnügen in der Beziehung der Kunst, wobei die Schule eine entscheidende Hilfestellung leisten kann. (vgl. Bergala 2006, S. 55)

Das Verstehen eines Werkes ist nun mal „ein Teil des Vergnügens der Kunst“. (ebd.) Dennoch ist es Normalität, dass der Pädagoge die Funktion eines Art „Wächters“ übernimmt.

Jeder, ob Lehrer in der Schule oder ein Medienpädagoge, ist ein Kind gewesen und sollte sich beim Filme schauen auch daran erinnern. Nicht immer werden „Erinnerungen“ auf nur „Gutes“ stoßen. Der Weg der Geschmacksbildung ist nicht immer ein Weg des „Schönen“. Das Risiko ist unvermeidlich und die Erinnerung an das „Schöne“ trotzdem sehr intensiv. (vgl. Bergala 2006, S. 58f)

Doch diese Geschichte hat sich, wie die Pädagogik, weiterentwickelt. Sie versteht die Heranwachsenden nicht mehr als Erziehungsobjekte, die es zu schützen gilt, sondern begreift sie vielmehr als eigenständige Subjekte, die es in ihrer selbstbestimmten Welt zu unterstützen heißt. Damit hat sich das Verständnis von Filmen für Kinder ebenfalls geändert. (vgl. Völcker 2005, S. 37)

Für die Schule und die Medienkompetenzvermittlung im Schulalter bedeutet der Wandel, dass Bildung in allen Lebens- und Wirklichkeitsbereichen stattfinden sollte.



Große Erwartungen und Hoffnungen sollten auf Arbeit, Lernen und Unterhaltung gesetzt werden. So könnte ein Fernsehprogramm das von Schülern entwickelt wurde, in der Fernsehlandschaft Bestand haben. (vgl. Felsmann 2010, S. 139)

#### **4. Die soziale Begründung von Werten, Normen und Moral**

---

„Es wird, genauer gesagt, davon ausgegangen, dass man die Struktur und die Dynamik der gegenwärtigen Gesellschaft am kompaktesten erfassen kann, wenn man sich dem, in ihr stattfindenden ‘Wertewandel’, als einem Vorgang zuwendet, dem sowohl aus der Perspektive seiner Wirkungen, wie auch in Anbetracht der auf ihn selbst gerichteten elementarerer Einflusskräfte eine zentrale Rolle zuzusprechen ist.“ (Klages 1993, S. 9)

Neben den Einflüssen des Sozialisationsprozesses entscheiden auch die Medien, welche Werte prägen, so wie auch die bewusst handelnden Sozialisationsinstanzen. (Familie, Schule, Vereine oder Arbeitgeber) Aus den Rollen oder Handlungsfeldern, die sich dem Menschen anbieten, entwickeln sich grundlegende Wertpräferenzen. Nach Klages sollten sich individuelle Selbstentfaltungsleitbilder in eine aktive und verantwortliche Betätigung einbringen lassen, um Verwirklichungschancen zu eröffnen. Er sieht die Wertevermittlung auf pädagogischem Wege, im Sinne einer modernen pluralen Gesellschaft und hält diese für umso erfolgreicher, je wirkungskräftiger sie in ihrer Einflussnahme mit handlungspraktischen Rollenausübungen verknüpft ist. Dann ist die Wertevermittlung stärker und direkter. (vgl. ebd., S. 20)

*Werte* folgen nach Rokeach mehreren Prädispositionen. Die Summe der Werte, die ein Mensch in sich vereint, ist relativ gering. Die Werte aller Menschen sind zudem dieselben. Sie unterscheiden sich nur in ihrer jeweiligen Ausprägung. Werte, ihrerseits abgeleitet aus Kultur, Gesellschaft samt ihrer Institutionen und Persönlichkeit, sind in Wertesystemen verortet. Das menschliche Handeln, aufgrund von angenommenen Werten, äußert sich in nahezu allen beobachtbaren sozialen Gegebenheiten. (vgl. Rokeach 1973, S. 3)

Werte sind relativ stabile Gebilde, da sie Individualität und ihr Änderungspotential gewährleisten.

Diese beiden Aspekte werden im Prozess des Erwachsenwerdens jedes Individuums, wobei bestehende Werte auf neue Anschauungen treffen, entsprechend individuell abgewogen und verändert. (vgl. ebd., S. 5f.) Werte beziehen sich auf Handlungsweisen oder Handlungsziele.

Ein Wert ist also eine Zuschreibung auf kognitiver, affektiver bzw. behavioristischer Basis, aufgrund dessen Entscheidungen über künftiges Handeln getroffen werden. (vgl. ebd., S. 7) Auch stellen Werte nicht nur eine Vorliebe, sondern auch Konzeptionen von Vorlieben dar. Dies erleichtert die schnelle Auswahl einer Handlungsweise im Alltag. (vgl. ebd., S. 9f.)

Somit stellen Werte gewisse Standards dar, durch die das Individuum, in Bezug auf soziale Umstände und Ideologien Stellung bezieht, sich vor anderen repräsentiert und Handlungsalternativen gegeneinander abwägt. (etwa in Konfliktsituationen)

Außerdem beeinflussen sie das Selbstbewusstsein des Einzelnen sowie seine Überzeugungstätigkeit anderen gegenüber. Die Stärkung des Selbstbewusstseins stellt dabei einen starken motivationalen Aspekt von Werten dar. Einerseits wird versucht, das Selbstbewusstsein durch die verteidigende, andererseits durch die anpassende Funktion von Werten zu erhalten. Anpassung vollzieht sich hier unter sozialem Druck und äußert sich etwa im zielbezogenen Wert „Frieden“. (vgl. ebd., S. 13)

Da sich Werte auf verschiedene Ebenen beziehen können, gibt es Wertvorstellungen die ausschließlich von einem wertenden Individuum ausgehen (persönliche Werte). Andere Werte die erstrebenswert sind, beziehen sich auf ganze Gruppen und Gesellschaften (gesellschaftliche Werte). Deshalb ist es von großer Wichtigkeit, dass bei einer Verwendung des Wertebegriffs eine Angabe darüber gemacht wird, ob nur einzelne Individuen oder eine ganze Gesellschaft einen Wert für zentral halten. (vgl. Stolz 2000, S. 208)

**Soziale Normen beziehen** sich, im Gegensatz zu Werten, nur auf Handlungsweisen, nicht jedoch auf Ziele, die es zu erstreben gilt. Zudem stellen soziale Normen ausschließlich für spezifische Situationen Handlungsanweisungen zur Verfügung. Es mangelt ihnen also am transzendentalen Charakter eines Wertes. Soziale Normen weisen außerdem nur interpersonellen Charakter auf. (vgl. Rokeach 1973, S. 19)

Da die Angehörigen einer Gesellschaft ihr Sozialsystem aufrechterhalten wollen, erkennen sie die Normen an. (Normen sind nicht nur Anforderungen eines Sollens, das Jedermann betrifft, sondern Anforderungen, die sich in einem Sozialsystem auch auf beschränkte Mitgliedergruppen erstrecken können)

Also sind Normen Anforderungen jeder Art, die vom Standpunkt des Sozialsystems aus an die Mitglieder gerichtet sind. (vgl. Hiller 1982, S. 121)

Werte und Bedürfnisse nach Maslow hingegen sind identisch (vgl. Maslow 1954) und deshalb nicht gleichzusetzen, weil der Mensch das einzige Lebewesen darstellt, das aufgrund von Werten, nicht bloß Bedürfnissen, beschrieben werden kann. Insofern vereinen Werte in sich sowohl Bedürfnisse, als auch soziale und institutionalisierte Ansprüche des Individuums. (vgl. Rokeach 1973, S. 19f.)

**Moral** bezeichnet die Gesamtheit der sittlichen Normen und Werte, Grundsätze die das zwischenmenschliche Verhalten einer menschlichen Gesellschaft regulieren und von ihrem überwiegenden Teil als verbindlich akzeptiert oder zumindest hingenommen werden.

(vgl. <http://uni-protokolle.de/Lexikon/Moral.html...02.02.2012>)

Wigand Siebels Ansicht nach ist Emile Durkheims Werk (Erziehung, Moral und Gesellschaft, Neuwied 1973) eine relevante Grundlage, um Normen und Werte und somit die Moral aus sozialwissenschaftlicher Perspektive verstehen zu können. (vgl. Hiller 1982, S. 118)

Damit nach Durkheim die Gesellschaft als „das normale Ziel des menschlichen Verhaltens“ angesehen werden kann, muss es möglich sein, in ihr etwas anderes zu sehen als eine Summe von Individuen: „Sie muss ein Wesen sui generis sein, das durch ihre besondere Natur die sich von der individuellen Persönlichkeit unterscheidet, bestimmt wird.“ (Durkheim 1973, S. 112)

Anders ist das Grundaxiom des Moralbewusstseins nicht erklärlich.

Dieses Axiom verlangt in der Tat, dass der Mensch nur moralisch handeln kann, wenn er Ziele verfolgt, die über den individuellen Zielen liegen, wenn er der Diener eines höheren Wesens als er selber und als alle anderen Individuen wird. Von dem Augenblick an, wo man auf theologische Begriffe verzichtet, gibt es über dem Individuum nur ein einziges moralisches Wesen, das empirisch zu beobachten ist und das ist „[die] Gesellschaft.“ (Durkheim 1973, S. 52 zitiert nach Hiller 1982, S. 119)

**Moralische Kommunikation** kann als jede Kommunikation verstanden werden: „Jede Handlung an der Menschen beteiligt sind, jeder Dialog erlegt den Beteiligten bestimmte Verpflichtungen auf, z.B. die der Aufmerksamkeit, einer gewissen Rücksicht usw.“ (Bergmann/Luckmann 1998, S. 33)

Eine engere, praktikablere Definition wäre: „Von moralischer Kommunikation wird [...] zusprechen sein, wenn in einer kommunikativen Tätigkeit eine fremde oder eigene konkrete Handlung, ein ganzes Leben, ein Individuum, eine kollektive Person bewertet wird; und zwar nach Kriterien, die inhaltlich an einer Vorstellung von Gut und Böse ausgerichtet sind, wobei das Werten der Form nach, entweder explizit oder implizit sein kann“. (ebd.)

**Wertekompetenz** ist die Voraussetzung dafür, Werte zu verinnerlichen, um sie im Alltäglichen anzuwenden. Die Fähigkeit der Werte sollte ausgebildet werden, um die Bedeutung auf sich und andere im sozialen Kontext verstehen zu können. (vgl. Jaklin 1998, S. 313)

**Medienerziehung** ist ein Teil der Erziehung, der sich auf Werte gründet und einen wesentlichen Beitrag zur Werterziehung leistet. Diese bietet den Heranwachsenden in disparaten Lebenswelten Orientierungshilfen, um ihm aus einem kommunikativen Handeln heraus zu helfen, eine kohärente und stabile eigene Persönlichkeit entwickeln zu können. (vgl. ebd.)

#### **4.1 Die Moral beim Kinde**

---

Die Entwicklungspsychologie griff neben der Sozialpsychologie verstärkt die Wertefrage auf, in der im Vordergrund von Piaget (1954) die Erforschung moralischer Werte stand.

„Urteilsfähigkeit“ von Kindern verläuft in verschiedenen Stadien. (vgl. Grimm/Horstmeyer 2003, S. 16) Piaget entwickelte ein Drei-Stadien-Modell von einer heteronomen, fremdbestimmten Moral, der moralischen Entwicklung des Kindes, zu einer autonomen moralischen Haltung. Im Alter von 4-7 Jahren (erstes Stadium) orientiert sich das Kind noch an Bezugspersonen und deren vorgegebenen Bewertungsmustern (egozentrisches Stadium).

Von 7 bis 11/12 Jahren (zweites Stadium) entwickelt der Heranwachsende mehr autonome moralische Wertvorstellungen und löst sich zunehmend von Fremdbestimmten.

Das ist besonders gut anhand der Lösung des Kindes vom Elternhaus und der Zuwendung zur Peer-Group zu beobachten.

Die Zunehmende, immer stärker werdende Ablösung von Familienstrukturen, gewinnt immer mehr an Bedeutung. Ab ca. 10 Jahren haben Kinder ein Stadium erreicht, in dem Werte für sie nicht mehr nur „Autoritätswerte“ darstellen. (Beginnende Zusammenarbeit) Die Heranwachsenden wollen in diesem Stadium, auch wenn sie es nicht immer befolgen, Werte nachvollziehen können. (vgl. Grimm/ Horstmeyer 2003, S. 17) Im dritten Stadium (Autonomie: ab 12 Jahren) wird die aktuelle Handlungssituation und -intention in das moralische Urteil miteinbezogen.

Das Verhalten von Kindern untersuchte Piaget beim Spielen und stellte fest, dass die Heranwachsenden im ersten Stadium noch kein Bewusstsein für Regeln haben und entsprechend ihrer eigenen Gewohnheiten nach eigenen Wünschen spielen. Im zweiten Stadium wird das Spiel in egozentrischer Weise nachgeahmt. Im dritten Stadium, das Piaget auch die „beginnende Zusammenarbeit“ nennt, werden die Regeln zunehmend bewusst und erhalten Gültigkeit. (Kodifizierung der Regeln) Dieses Stadium entspricht nach Piaget auch der „Moralität des Zwanges“.

Ab ca. 10 Jahren entsteht das Interesse für die Regeln, und somit nennt er es „die Malität der Kooperation“. Mit fortschreitender Sozialisierung gewinnt das Kind immer mehr an Autonomie. (vgl. ebd.) „Der Gehorsam weicht dem Gefühl der Gerechtigkeit.“ (ebd.)

Etwa ab der Pubertät (mit ca. 12 Jahren, dritte Phase) beginnt der Heranwachsende über sprachliche Zusammenhänge nachzudenken. Die formalen Eigenschaften von Sätzen und Argumenten interessieren fortan und werden auf ihre logische Richtigkeit und Widerspruchsfreiheit geprüft. Die Kommunikationspartner gewinnen an Bedeutung. Dabei entsteht die Möglichkeit, eigene Gedanken und Meinungen zu hinterfragen und auch zu ordnen. (vgl. ebd.)

„Die Kommunikation mit anderen Menschen und die Konfrontation mit ihren jeweils verschiedenen Perspektiven, sei es direkt oder indirekt, etwa in Form von Büchern o.ä., ist also auch hier als wesentlicher Motor der objektivierenden Dezentrierung, die nach Piaget zum eigentlichen Erwachsenenalter führen soll, anzusehen“. (Bugge 1997, S. 99f.) Die Fähigkeit der hypothetisch-möglichen Betrachtungsweise führt dazu, dass der Heranwachsende seine momentane Stellung in der Gesellschaft einordnet, reflektiert und Zukunftspläne schmiedet. Manche Heranwachsende interessieren sich aufgrund der verengt empfundenen persönlichen und gesellschaftlichen Realität für alternative Möglichkeiten bzw. Systementwürfe. (vgl. Bugge 1997, S. 98)

Das gehört dem Begriff der Persönlichkeitsbildung (3. Phase: Autonomie) an. Die Persönlichkeit wird entwickelt und wird zu einem sogenannten dezentrierten Ich, das sein Horizont zu erweitern versucht. (vgl. Kesselring 1999, S. 164)

Alter	Praxis der Regel	Bewußtsein der Regel
0	1. Motorisches Stadium	1. Motorische Schemata
3		
5	2. Egozentrisches Stadium	2. Heteronomie
7		
9	3. Beginnende Zusammenarbeit	3. Autonomie
11		
13	4. Kodifizierung der Regeln	

Abb.2: Zusammenhang zwischen den Stadien der Praxis und der Regeln nach Piaget  
 Auf Piagets dreistufigem Modell (siehe Abb.2) der moralischen Entwicklung aufbauend, entwarf Lawrence Kohlberg ein differenziertes Stufenmodell (siehe Abb.3) mit drei Hauptniveaus und sechs Stadien moralischen Verhaltens. Auf den zwei Stufen der präkonventionellen Ebene erfolgt eine Orientierung von Belohnung und Strafe, auf den zwei Stufen der konventionellen Ebene, eine Orientierung an Recht und Ordnung und auf der letzten Stufe, der post-konventionellen, eine Stufe des Übergeordneten, den ethischen Prinzipien.

Präkonventionelle Ebene	0. Stufe Ich soll meinen Willen bekommen.	Vorschriften werden nicht akzeptiert	Orientierungslosigkeit, Willkür, Rechtlosigkeit Prä-moralisch Bsp: Kriegsrecht
	1. Stufe: Rechens ist, was mir gesagt wird und nicht weh tut.	vermeiden von Strafe, sich Stärkeren unterwerfen; „wer nicht hören will, muss fühlen!“	Orientierung an Strafe und Gehorsam Heteronome Moralität Bsp: Autoverkehr
	2. Stufe: Rechens ist, was mir nützt.	Tausch, Austausch; „Wie du mir, so ich dir!“	Instrumentell-relativistische Orientierung Bsp: Wirtschaft, Spiel
Konventionelle Ebene	3. Stufe: Rechens ist, was nett ist.	es gut meinen, den Erwartungen entsprechen (Ehre)	Orientierung an zwischenmenschlicher Harmonie, Interpersonale Konformität Bsp: Familie, Nachbarschaft
	4. Stufe: Rechens ist, was legal ist.	Pflichten erfüllen und Gesetze befolgen	Orientierung an Gesetz und Ordnung, soziales System Bsp: Demokratie, Religion
Postkonventionelle Ebene	5. Stufe: Rechens ist, was legitim ist.	Sozialvertrag, Utilitarismus (Grösstmögliches Glück für ...)	Sozialvertrags-Orientierung Menschenrechte

Abb.3: Die Moralstufen im Überblick

An beiden Modellen (siehe Abb.4) lassen sich jedoch kontroverse Kritiken üben. (vgl. Grimm/ Horstmeyer 2003, S. 17)

Kindern und Jugendlichen wurden eine Reihe von hypothetischen moralischen Konfliktsituationen vorgelegt (z.B. ob ein teures Medikament um den Tod seiner eigenen Frau abzuwenden, gestohlen werden darf). Die Reaktionen wurden den einzelnen Stufen zugeordnet. Es lag eine weitest gehende Übereinstimmung mit den theoretischen Annahmen vor, doch zeigten sich auch große Unterschiede im Entwicklungsverlauf der einzelnen Kinder. Es wurden in den einzelnen Altersstufen unterschiedliche Urteile im Sinne verschiedener Stadien je nach Situation und Problemstellung abgegeben. (vgl. Oser & Althof 1994, S. 37)

<i>Kognition (Piaget)</i>	<i>moralisches Denken (Kohlberg)</i>	<i>Perspektive</i>
Sensomotorik sprechen	Stufe 0	
intuitives Denken (ab 2 Jahren)	Stufe 1	Egozentrismus: konkret-individuelle Perspektive  Konvention, äusserlich
	Stufe 2	
konkret operatorisches Denken (ab 7 Jahren)	Stufe 3	Dezentrierung, Perspektivenübernahme:  Perspektive eines Mitglie- des der Gesellschaft
	Stufe 4	
formal logisches Denken (ab 14 Jahren)		Konvention, internalisiert

Abb.4: Entwicklung moralischen Bewusstseins

Ein Team der Universität Yale beschäftigte sich in den 20er Jahren des letzten Jahrhunderts mit der Untersuchung des Zusammenhangs von moralischem Wissen und moralischem Handeln bei Kindern von sechs bis vierzehn Jahren. Dabei wurden ihnen Tests zum moralischen Wissen vorgelegt und in Situationen, in denen sie sich ehrlich oder unehrlich verhielten, beobachtet.

Die Kinder waren ehrlich und unehrlich. Das Handeln schien von der Situation abzuhängen. Es kam darauf an, wie verlockend die Belohnung war. Auch die Wahrscheinlichkeit, erwischt zu werden war von Bedeutung. Es zeigte sich nur wenig Zusammenhang zu moralischem und unmoralischem Wissen und nichts deutete darauf hin, dass Moralentwicklung mit zunehmendem Alter stieg. Moral, worauf die Wissenschaftler nach diesen Ergebnissen schlossen, sei also keine stabile, in den Menschen verankerte Eigenschaft. Sie besteht regelrecht aus Reaktionen, die von der jeweiligen Situation abhängen.

(vgl. Hartshorne & May 1928 In: <http://arbeitsblaetter.stangltaller.at/> ...08.02.2012)

Je jünger das Kind ist, desto größer ist auch die Abhängigkeit seiner Werthaltungen gegenüber den „Großen“, ganz besonders den Eltern.

Umso älter die Kinder werden, desto mehr verändern sich Werthaltungen. Die Zunahme persönlicher Autonomie beginnt zwischen sechs und acht Jahren.

Überzeugungen resultieren nicht mehr ausschließlich aus einer autoritären Bindung. Aufgrund anderer Begründungen heraus, entwickeln sich Werthaltungen zunehmend unabhängiger.

Das wiederum hängt mit der Veränderung der kognitiven Haltungskomponente zusammen. Zwar kann die Haltung inhaltlich genau dieselbe sein wie früher, jedoch wird diese nun als persönliche, „ureigene“ Überzeugung begründet und vertreten.

Von besonderer Bedeutung ist hierbei auch der wachsende Einfluss der Gleichaltrigen („Peergroups“) bzw. der informellen Freizeitgruppen. (vgl. Standop 2005, S. 41) Realistischer und liberaler werden die Haltung und Wertekonzepte von Jugendlichen wie Untersuchungen zeigen: „Die Entwicklung von Jugendlichen scheint also von starr zu flexibel, von rigoros zu liberal, von wirklichkeitsfremd zu wirklichkeitsnah zu verlaufen“. (Oerter 1974, S. 278).

Oerter sagt: „Wichtig ist das Jugendalter für die Wertinternalisierung vor allem, da in dieser Lebensphase erstmals in höherem Maße bewusste persönliche Stellungnahme und aktive Selbstgestaltung den Aufbau eines weitgehend ‘autonomen’ Wertsystems und einer fester installierten Identitätsstruktur ermöglichen“. (Kmieciak 1976, S. 98)

Sehr unterschiedlich entwickelt sich das Wertebewusstsein aufgrund der Komplexität der Werteentwicklung (innerhalb des Zusammenwirkens Umwelt und entwicklungsbedingter Faktoren und anderer seelisch-geistiger Entwicklungsaspekte). (vgl. Standop 2005, S. 42)



**Moralische Entwicklung** kann wie beim logischen Denken nur durch ein aktives Lernen, Erleben und Aneignen der persönlichen Umwelt geschehen. (vgl. Oser & Althof 1994, S. 37) Kohlberg wendet in seiner Theorie Piagets Grundgedanken der geistigen Entwicklung auf den Bereich der Moral an, dass in der Denkentwicklung bereits bestimmte Schritte vollzogen sein müssen. (vgl. Colby & Kohlberg 1986, S. 142) „Ohne die Fähigkeit der Rollenübernahme und ohne sich in andere Menschen, deren Intentionen, hineinzusetzen, können keine moralischen Urteile gefällt werden.“ (ebd.) Piaget und Kohlberg sind der Auffassung, dass bei der Entwicklung des moralischen Urteils „universale, regelmäßige Alterstrends zu verzeichnen sind und dass diese eine kognitive Grundlage haben.“ (Lind/Nielsen/Schmidt, 2000)

#### **4.2 Wertebildung Heranwachsender in Film und Fernsehen**

---

Auf die Mediensozialisation bezogen, kann davon ausgegangen werden, dass Kinder je nach Alter und individuellem Entwicklungsstand, unterschiedliche sozial-moralische Voraussetzungen mitbringen und die Film- und Fernsehangebote unterschiedlich verarbeiten, bei dem das Umfeld (Familie, Freunde, soziales Milieu etc.) eine genauso große Rolle spielt. (vgl. Grimm/ Horstmeyer 2003, S. 18)

Da das Fernsehen ein wesentlicher Teil der Alltagswelt von Kindern ist, kann es Einfluss auf die Wertebildung der Heranwachsenden nehmen. Nach Cole brauchen Kinder diese Werte. (ebd., S. 19)

**Kindersendungen** konstruieren und analysieren Modelle einer Welt und deren Wertesysteme und nicht die Werte die in unserer heutigen Gesellschaft real existieren. Die Wertegruppen sollen folgendermaßen, nach Klage, Rokeach, Hartmann und Inglehart zusammengefasst werden. Im Prinzip ist jedes Modell fähig eigene Wertesysteme zu bilden und muss nicht mit den realen Werten der Welt identisch sein. Eine Kindersendung kann dadurch medientext-intern etwas als Wert bezeichnen, was medientext-extern in bestimmten Kulturen nicht als Wert bestimmt wird. Medientext-intern bezeichnet Werte, die sowohl positiv als auch negativ sein können. (ebd., S. 23)

#### 4.2.1 Wertefelder

---

Nach Grimm/ Horstmeyer (2003) ergeben sich folgende Wertefelder:

##### **1. Wert des sozialen Miteinanders**

- Ehrlichkeit/Wahrheit, Empathie, Freundschaft
- Frieden/Harmonie/friedvoller Umgang, Fürsorglichkeit/Hilfsbereitschaft
- Höflichkeit/Freundlichkeit/Nettigkeit
- Kommunikationsfähigkeit, Teamwork/Partizipation, Toleranz, Treue,
- Verzeihensbereitschaft

##### **2. Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens**

- Anpassungsfähigkeit, Bescheidenheit/Verzicht/Selbstlosigkeit
- Gerechtigkeit/Fairness, Gleichheit, Pflichtbewusstsein, Sauberkeit
- Selbstbeherrschung/Maßhaltung, Sicherheit/Geborgenheit, Verantwortung

##### **3. Hedonistische Werte**

- Abenteuer/Abwechslung/Spannung
- Genuss, Humor/Spaß, Schönheit

##### **4. Selbstentfaltungswerte**

- Autonomie, Emanzipation (von Autoritäten)
- Freiheit, Wissen, Intelligenz, Kreativität/Ideenreichtum/Spontanität
- Leistung, Mut, Selbstachtung, Selbstverwirklichung

##### **5. Hegemoniewerte**

- Kampf/Wettbewerb, Macht/Herrschaft
- Respekt/Anerkennung, Unterordnung

##### **6. Abstrakt fundamentale Werte**

- Leben, Glück/Zufriedenheit, Familie, Gesundheit
- Liebe, Besitz, Kultur
- technisches Know-how als kulturelle Errungenschaft, Natur

(Grimm/ Horstmeyer 2003, S. 24)

Die Zuschreibung der Werte zu bestimmten Wertefeldern sind als ein Idealfall zu verstehen. Es können auch einzelne Werte, z.B. in Film und Fernsehen, wertübergreifend wirken. Der Wert „Leistung“ kann z.B. in einer Serie, der Selbstentfaltung dienen. Dieses Phänomen wird auch im Zusammenhang mit Wertewandel in unserer Gesellschaft festgestellt, in der die Leistungsbereitschaft von äußeren Aufforderungen und Zielsetzungen geprägt ist. (vgl. ebd.)

### **4.3 Werte im Kinderfilm und -fernsehen**

---

Für Kinder sind Bilderwelten in Filmen und Fernsehangeboten ein wichtiger Bestandteil ihres Alltags. Wie in den Jahren zuvor, zeigt die KIM-Studie 2006, dass 97 Prozent der 6 bis 13-jährigen, das Fernsehen als wichtigstes Medium nennen. In der repräsentativen Stichprobe der KIM-Studie stand bei dem wichtigsten Medium deutschsprachiger Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren, wie schon in den Jahren zuvor, das Fernsehen an erster Stelle. (vgl. KIM-Studie 2006, S. 10 in Marci-Boehncke/ Rath 2009, S. 43)

Es stehen Kindern altersspezifische Kompetenzen für den Medienumgang und ihren Angeboten zur Verfügung, die sich in einem engen Zusammenhang mit den sozial-kognitiven Entwicklungsstufen befinden. Zusätzlich werden sie, durch die in der Fernsehrezeption selbst erworbenen Erfahrungen, erweitert. Fernsehen bekommt mit zunehmendem Verständnis eine andere Funktionalität, in dem es Orientierungen und Anregungen geben sollte, die von den Kindern auf ihre Verwertbarkeit im Alltag überprüft werden. (vgl. ebd., S. 45)

In einer Studie untersucht Theunert, über einen Zeitraum von sechs Jahren (1991-1996) den Umgang von Kindern mit Zeichentrickserien unter zwei Gesichtspunkten.

Es ergaben sich Fragen nach der Sicht der Kinder auf Cartoons und nach der Orientierung, die Kinder aus den Cartoons zur Bewältigung des Alltags übernehmen. Die Studie zeigte, dass während der gesamten Kindheit drei Stereotype Bedeutung haben. Zum einen sind es Geschichten über den aufregenden, bewegten Alltag menschlicher, tierischer oder fantastischer Wesen und zum anderen sind es gerechte Kämpfe, von immer siegreichen Heroen, die bedingungslos gegen das Böses kämpfen.

Mit einigem Abstand folgen kleine Abenteuergeschichten die von Vorschulkindern sehr geschätzt werden. (ebd., S. 44f)

Für Kinder sind Bilderwelten in Filmen und Fernsehangeboten ein wichtiger Bestandteil ihres Alltags. Unter anderem zeigen solche Aussagen, dass durch in Bild und Ton dargebotene Geschichten, Heranwachsende sich nachhaltig mit den Protagonisten des Films identifizieren und sie beeindruckt und fasziniert sind. (vgl. ebd., S. 43)

Das nachfolgende Zitat eines zehnjährigen Mädchens zu dem Film „Die Monster AG“ belegt diese Aussage: „Am nettesten fand ich Sully. Er war freundlich zu allen. Er hat sich um Boo gekümmert und war lieb zu ihr.“ (Marci-Boehncke/Rath 2009, S. 43)

Nach Andrea Payrhuber & Stefanie Granzner-Stuhr, der Universität Wien, liefert das Fernsehen den Heranwachsenden eine große Auswahl an möglichen Vorbildern. Wie hoch das jeweilige Identifikationspotential dieser Vorbilder ist, hängt u.a. auch von den jeweils durch die Protagonisten transportierten Wertvorstellungen ab. (vgl. Klages 2011)

#### 4.3.1 Serien

---

Die Fernsehlandschaft wird mehr und mehr von Serien erobert. Dabei bildet den Höhepunkt, dieser zunehmenden „Serialisierung“ der deutschen Fernsehlandschaft, die „Daily Soap“. Gerade bei Jugendlichen ist das Format „Serie“, mit seinen immer gleich bleibenden Ritualen, sehr beliebt. Serien laufen immer zur gleichen Zeit, agieren mit denselben Charakteren, spielen sich nach immer gleichen Mustern von Problemschaffung und Problemlösung ab und enden meist in wiederhergestellter Harmonie. (vgl. Marci-Boehncke/Rath S. 143f) In Soaps werden vor allem moralische Wertvorstellungen der Gesellschaft, an konkreten Beispielen verhandelt. Bei Handlungen wird die Erwartung der Gesellschaft von allen Seiten zur Rede gestellt und gerügt. Letztendlich sehen die Figuren ihre Fehler ein und werden dann sofort wieder in die Gruppe aufgenommen.

Andererseits gibt es auch Figuren, deren Verhalten den Erwartungen nie entsprechen. Solche Figuren ermöglichen den Jugendlichen ihre eigenen Wertvorstellungen zu hinterfragen. Insgesamt zielen die Geschichten der Soap auf Toleranz, Ehrlichkeit, Gerechtigkeit, Treue und Verzeihen. Damit dient die Soap der Verbreitung und Sicherung von Normen und Werten. (vgl. ebd. S. 149)

Mikos ist der Meinung, dass Serien geheime Wünsche und Bedürfnisse der zuschauenden Massen aufgreifen und diese in die Erzählstruktur integriert werden.

Serien bieten somit mehrere Identifikationsmöglichkeiten, da in ihnen Probleme, jeweils aus der Sicht mehrerer Beteiligter, dargestellt werden. (Mikos 1992, S. 21f. In: Granzner/Payrhuber 2008, S. 61)

Durch die formale Struktur sind „Serielle Formate“ besonders gut geeignet, Bindungen aufzubauen und erreichen einen entsprechenden Stellenwert im Leben und somit auch im Sozialisationsprozess ihrer Konsumenten. Es geht inhaltlich in der Regel um Alltagssituationen, Konflikte und persönliche Entwicklungen von Jugendlichen, in und mit ihren Familien. Das hat den Serien auch das Prädikat „Ersatzfamilien“ eingebracht. Da stark mit Stereotypisierung und Sterilisierungen in den genannten Programmformaten gearbeitet wird, kann das der fiktionalen Unterhaltung gefährlich werden. Somit ist niemand von moralischen Verfehlungen ausgenommen. Es kann eine beachtliche Pluralität an Problemlösungen und Weltansichten, durch diese Flexibilität der Handlungsführung, vorgeführt werden. Die Fähigkeit zur Unterscheidung zwischen Realität und Fiktion ist ausgeprägt. Bewusst wird die Vorbildfunktion der Handlungsträger nur in Ausnahmefällen wahrgenommen. (vgl. Granzner/ Payrhuber 2008, S. 61f)

Das „Individuelle Selbstbild“ und die damit verbundenen Veränderungswünsche der Seher, haben Einfluss auf die Zuwendung zu den einzelnen Formaten und die Auswahl der Identifikationsfiguren. Die hohe Präsenz von Serien, mit ihrer meist klaren Message über wünschenswerte Werte, macht sie zu einem Bestandteil unseres kollektiven Wissens. (vgl. ebd.)

## **5. Kinderfilm und –fernsehen – eine Herausforderung?**

---

### **5.1 Vom Fernsehen und dem Verschwinden der Kindheit**

---

„Mit ansehen zu müssen, wie der Charme, die Wandelbarkeit und die Neugier der Kinder verkommen und am Ende in einem scheinbaren Erwachsenen erstarre , ist schmerzlich und irritierend und stimmt traurig“ (Postman 1983, S. 8)

Die gesamte Kinderpsychologie stellt in diesem Jahrhundert (Piaget, Sullivan, Horney, Brunner Kohlberg), im Grunde genommen nur ein Grundmuster der Kindheit dar.

„Niemand hat bestritten, dass Kinder anders sind als Erwachsene und niemand hat bestritten, dass Kinder das Erwachsensein erwerben müssen. Niemand hat bestritten, dass die Verantwortung für das Heranwachsen der Kinder bei den Erwachsenen liegt.

Und niemand hat bestritten, dass der Erwachsene, in einem gewissen Sinne, am ehesten dort wo er selbst ist, der Zivilisation am nächsten kommt, wenn sich um Erziehung und Pflege bemüht wird. Wenn wir sagen wie wir uns ein Kind (und was aus ihm werden soll) wünschen, dann sagen wir, was wir selbst sind“ . (vgl. ebd. , S. 76f)

Das Fernsehen ist in erster Linie ein visuelles Medium was Arnheim schon 1935 erfasste, was aber die Liebhaber der Sesamstraße bis heute nicht begriffen haben. Obwohl die Sprache ebenso Wichtigkeit erlangt, ist es gleichwohl das Bild, welches das Bewusstsein des Zuschauers erfasst und entscheidende Bedeutungen vermittelt. Fernsehen verlangt nach Postman also, ein direktes Bildererkennen und kein verzögertes, analytisches Entziffern, sondern es verlangt, zugreifen, nicht begreifen. Das Fernsehen verlangt und entwickelt keine besonderen Fähigkeiten nach Postman. Es gibt für Bilder kein Alphabet, um die Bedeutung von Bildern verstehen zu können, benötigen wir nichts was einer Schulbibel entspräche.

Neil Postman drückt das Fernsehen in ganz einfachen Worten aus: „die Menschen sitzen vor dem Fernseher, nicht als Leser und auch nicht so sehr als Hörer. Sie sehen fern. Und was sie sehen, sind dann bis zu 1200 verschiedene, ständig wechselnde Bilder in einer Stunde.“ (Postman 1983, S. 92)

Nach Neil Postman gibt es Fernsehsendungen für Kinder in Wahrheit gar nicht, entscheidend ist, dass Fernsehen Informationen in einer Form präsentiert, die unterschiedslos jedem zugänglich sind, was bedeutet das Fernsehen sich nicht in den Kategorien Kind und Erwachsener unterscheiden braucht. Fernsehen gibt es nicht in symbolischer Form und das Fernsehgerät kann auch nicht in einer Schublade versteckt werden, dass ihn Kinder nicht erreichen können. Zusammenfassend stellt er fest, dass Fernsehen die Trennungslinie zwischen Kindheit und Erwachsenenalter verwischt, die alle mit seiner undifferenzierten Zugänglichkeit zusammen hängen. Fernsehen bedarf keiner Unterweisung, um seine Form zu begreifen, stellt weder an das Denken noch an das Verhalten komplexe Anforderungen und gliedert das Publikum nicht. (vgl. ebd.) Er behauptet: „Die neue, im Entstehen begriffene Medienumwelt beliefert jeden gleichzeitig mit derselben Information.“ (Postman 1983, S. 95)

Das Fernsehen dagegen ist eine Technologie des freien Eintritts, die weder praktische, ökonomische, wahrnehmungs- oder vorstellungsspezifische Schranken kennt.

Jeder ist gleichermaßen qualifiziert mitzuerleben, was das Fernsehen anbietet – egal ob 6 oder 60 Jahre alt. Fernsehen kann nicht flüstern, denn seine Bilder sind konkret und erklären sich von selbst. Kinder sehen alles was ihnen vorgeführt wird. (vgl. ebd. S. 100)

Nach Postman sind die Kinder heute besser informiert, als jemals zuvor. Fernsehen ist somit „Das Fenster zu Welt“. (Postman 1983, S. 114)

***Doch was bedeutet das, dass Kinder teilweise besser Bescheid wissen als die Erwachsenen und besser informiert sind als jemals zuvor?***

Das Fernsehen gestattet einen Blick hinter die Kulissen, in die Erwachsenenwelt. (vgl. ebd., S. 112) Nach Postman bedeutet das, dass Kinder aus dem Garten der Kindheit vertrieben werden und man ihnen die Frucht des Erwachsenenwissens zugänglich gemacht hat. (vgl. Postman 1983, S. 114) Nach Neil Postmans beschriebenen Bedingungen ist es für die elektronischen Medien demnach unmöglich, irgendwelche Geheimnisse zu bewahren. Doch ohne Geheimnisse kann es so etwas wie Kindheit nicht geben. (vgl. ebd., 94) Kinder sind neugierig, weil sie das „Neue“ noch nicht kennen was sie vermuten und die Autorität der Erwachsenen rührt größtenteils daher, dass sie die Hauptquelle für solches Wissen sind. (vgl. ebd., S. 105f)

Wenn es keine dunklen, begreifbare Geheimnisse mehr gibt, die Erwachsene den Kindern zunächst vorenthalten und später, wenn sie es für nötig befinden, enthüllen, wird die sogenannte Trennlinie zwischen Kindern und Erwachsenen außerordentlich dünn. (vgl. ebd., S. 104) Die „elektronischen Medien“ sind somit aufgrund ihrer Aufdeckung aller Geheimnisse der Kultur, eine schwere Herausforderung für die Autorität der Erwachsenen und die Neugier der Kinder.

Kinder sollen staunen, doch Staunen entsteht dann, wenn Kinder in der Erwachsenenwelt nach Antworten suchen müssen. Wenn die Medien Antworten auf alle Fragen geben, nehmen sie das Staunen ab und das Resultat sind „arrogante“ Kinder. (vgl. ebd., S. 106f) „Wir haben dann Kinder die Antworten bekommen auf Fragen, die sie nie gestellt haben, kurzum, wir haben keine Kinder mehr.“ (Postman 1983, ebd.)

## 5.2 Ki.KA – der Kinderkanal von ARD und ZDF

---

Am 1. Januar 1997 ging „der Kinderkanal von ARD/ZDF“ auf Sendung und seit dem 1. Mai 2000 trägt er den Namen *KiKA*. Am 14. Februar 2012 ist der Kanal in geänderter Schreibweise Ki.KA vorzufinden.

Der Sender hat seinen Sitz in Erfurt und ist ein Gemeinschaftsprogramm von ARD und ZDF, die je zur Hälfte daran beteiligt sind.

Der Ki.KA bietet ein zielgruppenorientiertes Programm für Kinder im Alter von 3 bis 13 Jahren und ist als Spartenprogramm der Öffentlich-Rechtlichen Rundfunkanstalten werbefrei. Das Repertoire reicht, neben Serien Spielfilmen, Magazinen und Informationsprogrammen, bis zu Trick- und auch Realprogrammen.

Serien und Sendungen, die bereits fester Bestandteil der ARD und ZDF waren, dominierten in der Anfangszeit des Senders und wurden sogar gleichzeitig ausgestrahlt. „Löwenzahn“ und „die Sendung mit der Maus“ (Magazinsendungen) erhielten zusätzlich Sendeplätze im Ki.KA.

Deutsche und internationale Serien, wie z. B. die „Animeklassiker“ der 1970er und 1980er Jahre (wie „Heidi“, „Biene Maja“ oder „Wickie und die starken Männer“), sowie Realserien (wie „Neues vom Süderhof“ oder „Ocean Girl“), gehörten zum Programm.

Die Kinderklassiker „Astrid-Lindgren-Verfilmungen“ oder die Augsburger Puppenkiste“, wurden ebenfalls regelmäßig ausgestrahlt. Später kamen immer mehr Erstausstrahlungen hinzu, wie zB. die Serie „Schloss Einstein“. (vgl. <http://www.kika.de/> In: vgl. <http://de.alexpedia.org/wiki/Ki.KA...22.10.2012>)

Seit dem 1. Januar 2003 wurde der Sendeschluss von 19:00 Uhr auf 21:00 Uhr verlegt. Seit 2009 plante man, aufgrund veränderter „Sehdauer“ bei Kindern, eine weitere Sendezeitverlängerung. ( bis 23:00 Uhr) (vgl. <http://www.topnews.de/ard-und-zdf-planen-kika-bis-2300-uhr-auszustrahlen-350048...22.10.2012>) Das ZDF zog sich jedoch aus der „Affäre“ und das Vorhaben erwies sich als schwierig. So blieb die Sendezeit bis 21:00 Uhr.

(vgl. [http://www.dwld.de/nachrichten/21208/kika\\_ausweitung\\_der\\_sendezeit\\_problematisch...22.10.2012](http://www.dwld.de/nachrichten/21208/kika_ausweitung_der_sendezeit_problematisch...22.10.2012))



Der Ki.KA erhielt ab 14. Februar 2012 ein neues Senderdesign und Senderlogo, da es „jugendlicher“ wirkte.

(vgl. [http://www.dwld.de/nachrichten/34196/frischer\\_\\_jugendlicher\\_neuer\\_anstrich\\_fr\\_de\\_n\\_kika/22.10.2012](http://www.dwld.de/nachrichten/34196/frischer__jugendlicher_neuer_anstrich_fr_de_n_kika/22.10.2012))

Auch technisch hat sich der Sender etabliert, da er seit dem 30. April 2012 auch parallel in HD ausgestrahlt wird. (vgl. *ZDF schiebt auch Ki.Ka und 3Sat in HDTV ab Mai 2012 an den Start*, [satundkabel.de](http://satundkabel.de) ...22.10.2012)

### 5.2.1 Die letzten Jahre – eine zunehmende Kommerzialisierung?

---

Deutliche Veränderungen des Programms zeigten die letzten Jahre. Der Anteil an Trickserien beträgt mittlerweile 85 % des Gesamtprogramms, trotz dem es ein großes Anliegen war, auch Real-Sendungen auszustrahlen.

Oft werden Serien nach ihrem Ablauf wiederholt und auch mehrmals hintereinander gesendet. Werktag- und Wochenendprogramm sind kaum noch zu unterscheiden, da die meisten Serien täglich gesendet werden. (Bsp. „Hier ist Ian“, „Pet Alien“, „Au Schwarte!“)

Die Serien, die zwischen 1997 und 2004 regelmäßig ausgestrahlt wurden, sind Vergangenheit, was teilweise daran liegt, dass ZDF oder ARD keine Ausstrahlungsrechte mehr besitzen (wie etwa bei „Ocean Girl“, „The Tribe“ etc.).

ZDF hat die Rechte und somit sind Serien wie etwa „Pippi Langstrumpf“, „Es war einmal ...“, „Pan Tau“ nur im Dritten zu sehen.

„Schloss Einstein“ ist eine der wenigen fiktionalen Realserien, im täglichen Programm vom „KiKA“. (vgl. <http://de.alexpedia.org>... 22.10.2012)

Der Geschäftsführer Frank Beckmann sagte zum Jahresende 2007 gegenüber der Presse:

„Mit Schloss Einstein hat der KiKA gegen die Aneinanderreihung von Trickserien einen Trend gesetzt, dem die kommerziellen Sender jetzt folgen. Das öffentlich-rechtliche Kinderfernsehen zwingt unsere Konkurrenten mit unserem Markterfolg zu mehr Vielfalt und damit zu mehr Qualität“.

(vgl. [www.presseportal.de/pm/6535/1107182/der\\_kinderkanal\\_ard\\_zdf...22.10.2012](http://www.presseportal.de/pm/6535/1107182/der_kinderkanal_ard_zdf...22.10.2012))

## 5.2.2 Ein Vergleich zum Privatfernsehen

---

Im Privatfernsehen fand viel eher eine ähnliche Entwicklung statt. „Super RTL“ zeigte von Beginn an, fast ausschließlich Zeichentrickserien. „RTL II“ sendete am Wochenende einen Kinderfilm aus und Nickelodeon zeigte am Nachmittag Realserien (z.B. „Clarissa“) (vgl. <http://de.alexpedia.org/wiki/KI.KA...22.10.2012>)

Bis zum heutigen Tag sind Kinderfilme von „Super RTL“ fast verschwunden. Im Gegensatz zu „Nickelodeon“ und „Super RTL“, sendet der „Ki.Ka“ 63% europäische Produktionen, 49% davon aus Deutschland. (14% internationale Produktionen).

Eigenproduktionen des „Ki.KA“ bestanden 2008 aus 54% und den Eingekauften aus 46%. Dagegen stand „SuperRTL“ mit 91% Eigenproduktionen und Eingekauften von 9%. (vgl. *ebd.* <http://lexikonn.de/KiKA>)

In der „Frankfurter Rundschau“ beschrieb der Erfinder der „Sendung mit der Maus“, Armin Maiwald, das Programm des Kinderkanals: „...nur schrill und schreiend bunt [...] Heute werden Millionen für Sportrechte rausgeballert, aber im Kinderprogramm muss gespart werden [...] Der Kinderkanal diene ohnehin nur als Alibi für ARD und ZDF, um in ihrem Hauptprogramm kein Kinderprogramm mehr zeigen zu müssen.“ „Auf die Frage, ob es gut sei, dass Kinder im Alter von 11 bis 13 täglich im Schnitt etwa 100 Minuten fernsehen antwortete er: „Natürlich nicht. Es stimmt, dass es damals Kritik gehagelt hat, als wir angefangen haben, Fernsehen für Kinder zu machen. Wie konnten wir nur! Alle, die uns heute loben [...], die hätten uns damals am liebsten auf den Mond geschossen. Heute ist die Entwicklung aber eine andere. Das Problem ist nicht das Kinderfernsehen, es nützt ja nichts, die Kinder von etwas fernzuhalten, das die Erwachsenen die ganze Zeit tun. Das Problem ist die Qualität des Kinderfernsehens. Wenn sie sich auf solche Läden wie RTL2 einlassen, wo ein Schundprogramm läuft, dann können Samson und die Maus nichts dafür. [...] Ich halte das für eine schlechte Entwicklung, dass die ARD sich immer mehr aus dem Kinderprogramm zurückzieht und diesen Läden das Kinderfernsehen überlässt.“ (<http://www.korno.de/blog/2009/11/19/1285/...22.10.2012>)

Vor Jahren noch gab es etwa im WDR eine lange Strecke für Kinderprogramm, die ist weg, alles abgebaut zugunsten von irgendwelchen Talkshows oder sonstigem Kram. Seit 20 Jahren herrschen nur noch Quotendruck und Kommerz.“ (<http://www.fr-online.de/-das-tut-fast-weh-/1472782,3200188,item,0.html...22.10.2012>)

Der ARD-Koordinator Gerhard Fuchs vom „BR“ setzte dagegen: „Die Programmangebote haben sich der Zeit angepasst. Früher haben die Kinder mit der Modelleisenbahn gespielt [...] Heute verbringen sie ihre Zeit auch am Computer, der Spielekonsole – und eben auch am Fernseher.“ (<http://lexikonn.de/KiKA>)

„Fernsehkritik-TV“ kritisiert in einer Ausgabe (2010, 39. Folge), dass die Kinder ver dummen, indem man sie Doku-Soaps gnadenlos aussetzt und stellt zugleich die Frage, ob das mit dem öffentlich-rechtlichen Bildungsauftrag zu vereinbaren ist. (vgl. <http://fernsehkritik.tv/folge-39/Start/....22.10.2012>)

### 5.3 Der Kinderfilm

---

Die Diskussion darüber, was einen Film für Kinder auszeichnet, entzündet sich immer wieder neu und ist geprägt durch die jeweiligen Zeitumstände und dem vorherrschenden Verständnis von der gesellschaftlichen Bedeutung oder vom „Kindsein“.

Erzieherische Intentionen spielten in den Anfängen der Kinderfilmproduktionen eine größere Rolle, was bei den Filmemachern häufig Furcht um die Geschichte, Verharmlosung von Konflikten und der Wirklichkeit im Dienst der richtigen Botschaft hervorruft. (vgl. Völcker 2005, S. 37)

Der Kinderfilm wird auch als „Metagenre“ bezeichnet, was so viel bedeutet, dass Genres in diesem Sinne nach gemeinsamen typischen Merkmalen zusammengefasst werden. (vgl. Mikos 2003).

Ein „Metagenre“ umfasst vielfältige Muster des Erzählens und der Darstellungsformen. Kinderfilme reichen von den Kategorien Komödien bis hin zu Krimis und Abenteuergeschichten, Märchen und auch Dramen.

Somit werden Erwartungen hinsichtlich der kognitiven und emotionalen Kompetenzen auf die entsprechende Zielgruppe erfüllt und nebenbei wird Raum zur Umsetzung von verschiedensten narrativen und dramaturgischen Konzepten gelassen.

Den Kinderfilm allein als Genre zu verstehen, würde die Vielfältigkeit der Filme verschließen. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 12)

Nicht jedes Genre taucht verständlicherweise aus dem Erwachsenen kino im Kinderfilm auf. Ausgeschlossen werden vor allem Genres, die die Erfahrungs- und Lebensbereiche wie Romantik-, Erotikfilme und Komödie, aber auch besonders Elemente der Gewalt, wie Psychothriller, verarbeiten. Beim Kinderfilm gibt es in der Kategorie Genre keine bestimmten Erzählweisen oder Stilmittel und dramaturgische Anforderungen, die einen Kinderfilm von einem Erwachsenenfilm unterscheiden. Doch erzählen die Filme Geschichten über und für Kinder. (vgl. Völcker 2005, S. 41)

Der Kinderfilm schließt an das Weltwissen von Kindern an, greift handlungsleitende Themen auf und entspricht somit den Erwartungen der Zielgruppe. Er soll an die Vorstellungen der Kinder und somit auch an die narrativen Kompetenzen der Heranwachsenden anschließen und berücksichtigen, dass solche im Prozess der Mediensozialisation erst erworben und weiter entwickelt werden. Die Erwartungen, mit Blick auf bestimmte Konventionen und Standards, bedienen das Zielpublikum und geben dem Produzenten einen Rahmen vor, der durch die Zuschauererwartungen bestimmt wird. Die Summe der Filme wird durch die im gesellschaftlichen Diskurs definierten Genres bestimmt. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 13f)

### 5.3.1 Alterseinstufungen und FSK-Kennzeichen

---

Es werden in den Prüfverfahren der FSK die Freigaben für fünf Altersstufen vorgenommen. Dabei werden aus dem Prüfergebnis die jeweiligen Alterskennzeichen durch Kurzfassungen der Freigabebeurteilung veröffentlicht. Nach gesetzlicher Vorgabe bestimmen die FSK-Ausschüsse, geeignete Filme oder Ungeeignete, die die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen oder ihre Erziehung zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit beeinträchtigen. Diese Filme dürfen dann nicht für die entsprechende Altersstufe freigegeben werden.

(§ 14 Abs. 1 JuSchG). Die Altersfreigabe ist keine pädagogische Empfehlung oder ästhetische Bewertung. Einen Kriterienkatalog gibt es dafür nicht aber Maßstäbe, die grundsätzlich das Wohl der Heranwachsenden beachten. Dabei sind besonders „gefährdete Heranwachsende“ zu berücksichtigen.

Altersfreigaben werden bei Videoveröffentlichungen ( DVDs, Blu-ray Discs etc.) durch fünf FSK-Zeichen gekennzeichnet und sollen über die Anhaltspunkte und Problembereiche informieren, die für die jeweiligen Altersfreigaben eine besondere Relevanz aufweisen. (vgl. <http://www.fsk.de/...10.10.2012>)

### ***FSK ab 0 freigegeben/Freigegeben ohne Altersbeschränkung***

„FSK ab 0 freigegeben“ entspricht dem bisherigen Kennzeichen „Freigegeben ohne Altersbeschränkung“. Filmische Darstellungen erleben Kleinkinder unmittelbar und spontan. Kognitive und strukturierende Fähigkeiten sind bei den Kleinsten noch kaum ausgebildet und ihre Wahrnehmung ist vorwiegend episodisch ausgerichtet. Dunkle Szenarien und schnelle Schnittfolgen, aber auch eine laute und bedrohliche Geräuschkulisse können bei den „Kleinsten“ Ängste mobilisieren oder zu Irritationen führen. Bis zum Alter von sechs Jahren identifizieren sich Kinder vollständig mit der Spielhandlung und den Filmfiguren. Bei Bedrohungssituationen findet vor allem eine direkte Übertragung statt. Gewaltaktionen, Verfolgungen und Beziehungskonflikte können Ängste auslösen, die nicht selbständig und alleine abgebaut werden können. Daher ist eine schnelle und positive Auflösung problematischer Situationen sehr wichtig.

### ***FSK ab 6 freigegeben***

Zunehmend entwickeln Kinder ab sechs Jahren die Fähigkeit zu kognitiver Verarbeitung der Sinneseindrücke. Bei den sechs bis elfjährigen sind aber beträchtliche Unterschiede in der Entwicklung zu berücksichtigen. Mit etwa neun Jahren beginnen Kinder, fiktionale und reale Geschichten zu unterscheiden. Somit wird eine distanzierende Wahrnehmung möglich. Die emotionale, episodische Impression steht bei jüngeren Kindern hingegen noch immer im Vordergrund. Sechsjährige Kinder tauchen noch ganz in die Filmhandlung ein. Spannungs- und Bedrohungsmomente können zwar schon verkräftet werden, dürfen aber weder zu lang anhalten noch zu nachhaltig wirken. Maßgebend ist auch hier eine positive Auflösung von Konfliktsituationen.

### ***FSK ab 12 freigegeben***

Die Fähigkeit zu distanzierter Wahrnehmung und rationaler Verarbeitung ist in dieser Altersgruppe bereits ausgebildet und erste Genre-Kenntnisse sind vorhanden.

Verkräftet werden kann ab 12 Jahren eine höhere Erregungsintensität. (z.B. in Thrillern oder Science-Fiction-Filmen)

Problematisch werden dagegen eher die Bilderfluten von harten, gewaltbezogenen Action-Filmen, die häufig noch nicht selbständig verarbeitet werden können. Die Heranwachsenden von 12 bis 15 Jahren befinden sich in der Pubertät, eine Phase die mit Selbstfindung, großer Unsicherheit und Verletzbarkeit verbunden ist. Ein Gefährdungspotenzial bieten besonders Filme, die zur Identifikation mit einer „Heldenfigur“ die sich durch antisoziales, destruktives oder gewalttätiges Verhalten auszeichnet, einladen. Im Gegenteil dazu ist die Auseinandersetzung mit Filmen, die gesellschaftliche Themen beinhalten zumutbar und für die eigene Meinungs- und Bewusstseinsbildung sehr bedeutsam.

***Parental Guidance (PG): FSK ab 12 – mit Eltern ab sechs Jahren erlaubt***  
Filme die die Kennzeichnung „FSK ab 12 freigegeben“ erhalten, können Kindern im Alter von sechs Jahren aufwärts mit einer personensorgeberechtigten Person begleitet werden. (Grundsätzlich der der Eltern, eine erziehungsbeauftragte Person reicht nicht aus)

#### ***FSK ab 16 freigegeben***

Bei Jugendlichen im Alter von 16 bis 18-jährigen kann von einer entwickelten Medienkompetenz ausgegangen werden. Die Vermittlung sozial schädigender Botschaften ist weiterhin problematisch. Filme, die Gewalt tendenziell verherrlichen, partnerschaftlichen Rollenverhältnissen der Geschlechter entgegenstehen, einzelne Gruppen diskriminieren oder Sexualität auf ein reines Instrumentarium der Triebbefriedigung reduzieren, werden nicht freigegeben. Filme die Werteorientierungen in Bereichen wie Drogenkonsum, politischer Radikalismus oder Ausländerfeindlichkeit beinhalten werden besonders geprüft.

#### ***FSK ab 18/Keine Jugendfreigabe***

„FSK ab 18“ entspricht dem bisherigen Kennzeichen "Keine Jugendfreigabe", die vergeben wird, wenn keine einfache bzw. schwere Jugendgefährdung vorliegt. Für DVDs und Blu-ray Discs erfolgt die Vergabe des Kennzeichnens "FSK ab 18" nach § 14 Abs. 3 u. 4 des Jugendschutzgesetzes, wenn keine einfache Jugendgefährdung vorliegt. Wenn der Film nicht schwer jugendgefährdend ist werden für die öffentliche Filmvorführung, Gekennzeichnete Filme, DVDs und Blu-ray Discs von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) nicht indiziert. (vgl. ebd.... 10.10.2012)

### 5.3.2 Genres des Kinderfilms

---

Eine eindeutige Zuordnung ist nicht möglich, da der Kinderfilm fast alle bekannten und mehre Filmgenres gleichzeitig, enthalten kann.

Es wird in „Realfilm“ und „Animationsfilm“ unterschieden. Im Realfilm (auch Realserie) wird die Wirklichkeit wiedergespiegelt. (echte Menschen, echte Sets – können durch Computer generierte Szenen ergänzt werden)

(vgl. [www.hdmstuttgart.de/ifak/medientipps/filme/ueberblick/kinderfilmgenres...](http://www.hdmstuttgart.de/ifak/medientipps/filme/ueberblick/kinderfilmgenres...)  
23.12.2012)

**Realfilme** lassen sich für die Heranwachsenden nach unterschiedlichen Gesichtspunkten einteilen:

- **Dokumentationen** („Nomaden der Lüfte“, „Die Reise der Pinguine“)
- **Tierfilme** („Lassie“, „Flipper“, „Vier Freunde und Vier Pfoten“, „Free Willy“)
- **Kriminalfilme** („Die Distel“)
- **Unterhaltungsfilme**, z.B. **Sportfilme, Heimatfilme, Mantel- und Degenfilme** („Fluch der Karibik“)
- **Komödien**, z.B. Slapstick („Dick und Doof“)
- **Fantasy-Filme** („Harry Potter“, „Die Chroniken von Narnia“, „Der Herr der Ringe“)
- **Märchenfilme** („Die kleine Meerjungfrau“) (ebd.)

**Animationsfilme** bestehen aus künstlichen Bildern und dazu gehören:

- **Animes**
- **Computertrickfilme**
- **Stop-Motions** (z.B. Puppentrickfilme)
- **Zeichentrickfilme** („Cars“, „Die Unglaublichen“, „Findet Nemo“, „Ice Age“, „Shrek“)

(vgl. ebd.)

## 5.4 Kinderfilm und -fernsehen ein Spiegel der Gesellschaft?

---

„Die Frage, in welchem Maße das Fernsehen die gesellschaftliche Wirklichkeit spiegelt, ist durchaus komplex, denn zu bestimmten Zeiten hinkt es hinter ihr her, zu anderen Seiten ist es der Wirklichkeit voraus, und manchmal zieht es mit ihr gleich.“

... „Aber nie darf es sich vom inneren Entwicklungsstand der Wirklichkeit zu weit entfernen, oder es wäre keine populäre Kunstform mehr.“ ...

„In diesem Sinne könnte man das Fernsehen als unsere demokratische Institution bezeichnen. Die Sendungen führen vor, was die Leute verstehen und was sie wollen, oder sie werden abgesetzt. Die meisten Menschen verstehen das traditionelle, idealisierte Bild des Kindes nicht mehr und wollen es nicht, weil dieses Bild keine Stütze in ihren Erfahrungen und ihrer Vorstellungskraft findet“. (Postman 1983, S. 143)

Nach Piaget können wir uns insgeheim die Hoffnung bewahren, dass Kinder eine geringe Chance haben, sich in unserer Gesellschaft zu behaupten. Jeder Film vermittelt etwas über seine Entstehungszeit, was sich auf die technische Entwicklung des Films, von der Stummfilmzeit bis zu den heutigen digitalen Möglichkeiten zeigt und setzt sich in der räumlichen Umgebung, den Ausstattungsdetails, dem Modetrend und der Sprechweise der Figuren fort. Die gesellschaftlichen Entwicklungen, bzw. die jeweiligen Zeitumstände, von der Mode bis hin zu aktuellen Themen einer bestimmten Epoche, lassen sich in Filmen des Öfteren belegen. Für einige entstandene Filme ist es eine Referenz, für andere ein Trendsetter, bis hin zu einer Welle oder Alternative gegen den „Strom“. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 127)

Der Spiegel der Gesellschaft ist in irgendeiner Form immer vorhanden. Das gilt auch für einen Kinderfilm.

Es ist davon auszugehen, dass Filmproduktionen, die sich vorrangig an Kinder richten, ein spezielles (Kindheits-) Bild ihrer Zeit widerspiegeln und dies damit gleichzeitig auch konstituieren. Somit ist das jeweils aktuelle Bild von Kindheit in einer Gesellschaft, auch immer eine Grundlage für Kinderfilmproduktionen.



Anhand der Filme für Heranwachsende, lassen sich Vorstellungen über die Anforderungen und Erwartungen an Kinder und deren Aufgaben innerhalb der Gesellschaft und die pädagogischen Konzepte, die mit ihrem begleitenden Aufwachsen verbunden sind, nachzeichnen. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 10)

„Auch die antizipierten Wünsche und Bedürfnisse Heranwachsender, Vorstellungen über die Heterogenität des kindlichen Publikums, dessen Kompetenzen, Ängste und Sorgen spiegeln sich in der Kinderfilmproduktion wieder. Das Verhältnis von Kindheit und Film, innerhalb einer Gesellschaft, bedingt sich gegenseitig. In diesem Sinne können Filme auch dazu beitragen, unser Bild von Kindheit mit zu bestimmen.“ (Schäfer, Wegener 2009, S. 10)

Mediale Erzählungen werden als Erzählungen über das Ich verstanden und sind somit immer ein Spiegel des Ichs, der Aufschluss über die heutige Welt, den psychischen und sozialen Zustand der Heranwachsenden aufzeigt. (vgl. Felsmann 2010, S. 139)

Durch die Beliebtheit der Geschichten und Protagonisten sind Filme in der Lage, Stereotype und Klischees öffentlichkeitswirksam zu hinterfragen. Es besteht ein wechselseitiges und dynamisches Verhältnis, indem der Film als Ausdruck einer spezifischen Zeit oder Epoche und damit auch gleichzeitig als ein Bestandteil medialer Sozialisation gilt. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 14)

Bereits die „Biene Maja“ galt als eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe. Kinderfilme lassen sich durch jeweilige Zeitströmungen relativ leicht festmachen, vor allem Filme, in denen die Heranwachsenden Auswirkungen politischer Entscheidungsprozesse zu spüren bekommen, wie z.B. durch Migration, Kriege oder durch die Arbeitslosigkeit der Eltern. (ebd., S. 129)

Neil Postman (1983) erwähnt, dass es in der Kinderliteratur oder im Film kaum Kinder gibt, die entschieden anders wären als in Filmen für Erwachsene. Somit kommt er zur Behauptung, dass auch das Bild des Kindes in unseren populären Kunstformen, einen raschen Wandel durchmacht. „In unserer Kultur ist nicht genügend Raum für „Judy Blume“ und „Walt Disney“. Einer von beiden muss das Feld räumen und wie die sinkenden Einnahmen des Disney-Imperiums zeigen, wird wohl Walt Disneys Vorstellung vom Kind und ihrer Ersetzung durch die Vorstellung vom Kind verschwinden.“ (Postman 1983, S. 142)

### 5.3.3 Kinderfilm und -fernsehen im Wandel

---

Bildmedien decken heute in einem hohen Maß Fragen wie „Wo komme ich her, wer bin ich, wo gehe ich hin und damit das Bedürfnis nach „Herkunftsmythen und „Zukunftssagen“ ab.

Frühere Blockbuster, wie („King Kong“, „Das flammende Inferno“) und literarische Verfilmungen, wie „Das Nibelungenlied“ oder „Karl May“ standen noch bis in die 70er Jahre an der Grenze zwischen „unfreiwillig komisch“ und ohne „Konkurrenz zum geschriebenen Wort“.

Bis zum heutigen Tag hat sich auf dieser Ebene viel geändert. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 281)

Neben dem Wandel von Kindheit und Gesellschaft in den Filmen, sollen sich auch technologische Entwicklungen breit machen. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 16)

Die heutige Technik und die Digitalisierung ermöglicht, dass das „Erzählen“ im Film von höchster Qualität ist. Verfilmungen wie „Harry Potter“ und „Der Herr der Ringe“ waren vor kurzem noch undenkbar und schaffen heute narrative Welten von enormer Suggestivkraft. Fabelwesen werden in den Filmen so überzeugend dargestellt, dass man schon von Realität sprechen könnte.

Diese Filme liefern einen „Hyperrealismus“ des Irrealen, der die Fantasie der LeserInnen überlagert. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 281)

Ohne Jugendliteratur läuft offenbar gar nichts im neuen deutschen Kinder- und Jugendfilm. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 173)

Zahlreiche Produktionen in den letzten Jahren setzen sich mit dieser Thematik auseinander und zeigen in einer anspruchsvollen, aber auch unterhaltenden Weise, eine neue Ära des Films, die mit den Gefühlen des Erwachsenwerdens verbunden sind. Es geht um Liebe, die vorsichtige Lösung und Annäherung, verbunden mit Zweifel aber auch Hoffnung, die Beziehungen jenseits elterlicher Maßstäbe in der modernen Gesellschaft aufzunehmen und zu verhandeln. (vgl. Schick/Ebbrecht 2011, S. 129)

Die Spielregeln des kommerziellen Kinderfernsehens „schnell, bunt, laut“ kommen der mittlerweile veränderten Wahrnehmung von Kindern entgegen.

Sie erfassen Bilder heutzutage schneller und sind an farbenreiche Umgebungen gewöhnt. Auch sind Kinder weitaus mehr als früher, von akustischen Einflüssen umgeben. (vgl. Thüringer 2001, S. 54)

Die letzten Jahre sind durch eine Entpädagogisierung der Kinder- und Jugendmedien geprägt. Die frühen Medienangebote zeichneten sich durch moralische Botschaften und Lernimpulse, die einer optimalen Enkulturation der Kinder dienen sollte, aus. Jüngere Angebote dagegen basieren eher auf einer Ebene der Spaß- und Erlebnisgesellschaft, wobei die moralischen Impulse und kognitiven Lernangebote in ein unterhaltsames Entertainmentprogramm integriert werden. (vgl. Süß 2004, S. 62)

Ähnlich wie das Fernsehen verwandelt auch der Film, Kinder in Erwachsene. (Bsp. „Die blaue Lagune“, „Kleine Biester“ etc.)

Kinder erscheinen immer wieder als Personen, die sich in ihrer sozialen Orientierung, ihrer Sprache und Interessen, von Erwachsenen kaum unterscheiden. (vgl. Postman 1983, S. 141f)

Verantwortlich für den Umschwung waren u.a. die Programme internationaler Festivals, wie z.B. das Kinder-Film- und Fernsehfestival „Goldener Spatz“. Der Grundstein wurde, wie bei so mancher Entwicklung im Kinder- und Jugendfilm, in Skandinavien gelegt. Die Sparte Kinderfilm bietet mittlerweile neue Sub-Genres, in denen Mädchen alles können und dürfen. Der Kinderfilm kann und darf sich heute neuer dramaturgischer Muster bedienen. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 164)

Einiges scheint sich in den letzten Jahren bei den Rollenmustern getan zu haben und dennoch scheint es manchmal, als sei der Kinderfilm insgesamt längst überholt. Im Kinderfilm sind Kinder die Helden und die Erwachsenen bleiben Randfiguren. Sie agieren dabei als „depperte Ganoven“, „ausgetickte Großmütter“ bis hin zu „gestressten Eltern“. Kinder bleiben unter sich und machen ihre Sache untereinander aus. (vgl. ebd., S. 165)

2008, zum Thema „Mediageneration“, stellt Natália Wiedmann in der „Medien Concret-Ausgabe“, Spekulationen über die Attraktion der „Wilden Kerle“ an und bemerkt dabei, dass die Filmreihe, obwohl es sich hauptsächlich um Jungen dreht, viele weibliche Fans hat, dass dies nach Uschi Reich u.a. mit der Attraktivität der Jungschauspieler zusammenhängt.

Am Anfang bedienten die „Wilden Kerle“ noch stereotype Männlichkeitsvorstellungen, in dem sie „Verliebt sein“ für eine ansteckende Krankheit hielten und sich gegen den Eindringling Vanessa sträubten. Doch nach und nach wuchsen die wilden Kerle mit ihren sozialen Kompetenzen, lernten Gefühle zu zeigen und auch darüber zu sprechen. Vanessa übernimmt als weibliche Geschlechterrolle mehrmals die Führung und verhilft den wilden Kerlen dadurch zum Sieg. Eine Stärke mit der sich die weiblichen Fans identifizieren oder nehmen es als „Motiv“, um sich romantische Beziehungen zu den Filmhelden auszumalen. Dabei wird Mädchen, wie auch Jungen, von der „Heldin“ vorgeführt, wie variable Geschlechterrollen sein können.

Wiedmann kommt zu dem Schluss, dass sich die Bandbreite der Identifikationsmöglichkeiten, im Vergleich zu früher, erweitert hat. Mädchen waren lange Zeit als übersteigerte Gegenbilder, wie „Pippi Langstrumpf“ oder „Die rote Zora“, deren fantastische Welten von jeglichem realen Erlebnisbezug entfernt sind, beherrscht. (vgl. ebd., S. 159)

Lange wurden die Heldinnen speziell den Mädchen vorenthalten. Das kann fast mit dem Vorenthalt der homosexuellen Liebe in Filmen verglichen werden. Dementsprechend fehlten in den 90er Jahren oftmals Identifikationsfiguren für Mädchen. Heute haben wir zum Glück eine zufriedenstellende Ausgewogenheit erreicht. Doch werden die Zielgruppen dabei noch separiert, denn wenn Mädchen und Jungen zusammen auf der Leinwand erscheinen, sind die noch typischen Verhaltensschemata zu erkennen. (vgl. ebd., S. 166)

In unserer heutigen Gesellschaft können Jungen mehr „weibliche Anteile“ haben als Mädchen und genauso umgekehrt. „Die Zuschreibung von Geschlechtsidentitäten folgt Typisierungen, die sich aus einem generalisierten Verhaltenskanon ergeben. Bei jedem Einzelnen, egal ob Junge oder Mädchen, ob Mann oder Frau, finden sich jedoch viele Abweichungen vom männlichen Durchschnittstyp und seinem Pendant, der Durchschnittsfrau.“ (Schäfer/ Wegener S. 168)

Beide Zielgruppenformate sind jedoch in erster Linie darauf ausgerichtet, die Bedürfnisse der Mädchen und Jungen zu bedienen. (vgl. ebd., S. 159)

Die skandinavischen Länder, insbesondere Schweden und Dänemark, waren im Kinderfilm sozialpsychologisch gesehen, oft Vorreiter. Somit wurden in Schweden häufig neue Wege beschritten (vgl. ebd. S. 168)

Die Einstellung zur Sexualität und zur Darstellung des Körpers ist offenbar in Schweden und in Deutschland noch sehr unterschiedlich. Das Thema Erotik wird selbst in Beziehungsfilmern wie „Die Wilden Hühner“ höchstens angedeutet.

Was heute im Kinderfilm in Deutschland gezeigt wird und was „vermeintlich“ ist, zeigen hierzulande Dialoge über oralen Sex, in Till Schweigers Film „Keinohrhasen“, die als jugendgefährdend und schädlich für Kinder eingeschätzt wurden. (Cunnilingus wird gezeigt). (vgl. Schäfer/ Wegener S. 170)

Nachdem Genderaspekte in den Kinderfilmen vielfältiger und nuancierter einfließen als früher, wäre es nur folgerichtig, dass auch bei der Darstellung von Erotik im Kinderfilm, eine größere Offenheit entstünde. (vgl. ebd. S. 171) Leider stößt die Darstellung von Erotik und Sexualität, noch immer an Grenzen und Tabus.

Speziell, offensive Inszenierungen von Gewalt, Erotik und Sexualität bis hin zu Grusel, widersprechen dem Konzept der behüteten Kindheit. Doch zumindest wurde eine sanfte Evolution in Gang gesetzt. Erste Ansätze zu einem Wandel sind immerhin erkennbar. (vgl. ebd.)

### **5.5 Die Zielgruppe der 9 bis 13 Jährigen**

---

Es ist wichtig, dass Kinder unter der Anleitung der Eltern ein für Ihr Alter entsprechendes Qualitätsprogramm sehen. Mittels Fernsehen sollten Kinder Freude empfinden, lachen und vor allem neue Geschichten erfahren und daraus lernen. (vgl. Thüringer 2001, S. 6) Entwicklungspsychische Unterschiede in den einzelnen Altersgruppen sollten dabei berücksichtigt werden. Während die Neunjährigen überwiegend bestimmte Familienangebote verfolgen, dominieren bei den 10 bis 13 Jährigen eher die abendlichen Daily-Soaps. (vgl. ebd. , S. 26)

Die auf die vorliegende Arbeit bezogene Zielgruppe soll sich auf das Alter zwischen 8 und 13 Jahren beziehen.

Die Zielgruppe der letzten Jahre hat sich tatsächlich verschoben, denn ab 10 Jahren beginnt sie sich auszudünnen. Heute kündigt sich die Pubertät früher an. Im regulären Kinobetrieb fangen Mädchen und Jungen in dem Alter an, sich an Angeboten der jugendlichen Kinogänger zu orientieren.

Ein Kind im Alter von 10 Jahren hat andere Interessen, Wünsche und Bedürfnisse, als z.B. ein Kind von 5 Jahren. Filme für Jüngere sprechen die Kinder unter Umständen nicht mehr an, weil die darin verarbeiteten Erfahrungen für die Älteren einfach nicht mehr relevant sind. Den Themen sollte ein Konflikt zugrunde liegen, denn das modelliert eine emotionale Erfahrung, die ein wichtiges Element der Kindheit ist.

Es geht dabei um die Erfahrung mit einem Problem konfrontiert zu sein, die für die eigenen Erfahrungen und das eigene Wissen noch nicht ausreichen.

Dabei ist auch die positive Erfahrung gemeint, die einen Weg der Lösung findet und daran wächst. (vgl. Völcker 2005, S. 42)

Das Thema des Erwachsenwerdens ist für Kinder in diesem Alter von großer Bedeutung. Fünfjährige werden sich auf dieses Thema noch nicht einlassen. Kinder haben den ungeheuren Drang, sich mit der Neugierde als Treibende Kraft, fortentwickeln zu wollen. Auf die Fertigkeiten und Fähigkeiten, das Können und Wissen, was Kinder erlernt haben, sind sie stolz. Kinder werden sich somit nicht nach unten orientieren und sich mit jüngeren Kindern identifizieren. Sie sind eher bereit mit einer „älteren Hauptfigur“ mitzugehen, denn das kann eine produktive Herausforderung, in emotionaler, sozialer und kognitiver Erfahrung sein.

Die Heranwachsenden nehmen sich das heraus, was für sie einen Sinn ergibt, doch wenn die Kluft zu groß ist, wird der Film an den Kindern vorbei gehen.

Eine Altersbegrenzung ist eigentlich kein Problem und im Gegenteil dazu, sollte es als Qualität betrachtet werden, wenn es einem Film gelingt das Lebensgefühl eines bestimmten Alters genau zu treffen. Nur aus wirtschaftlicher Sicht kann das zum Problem werden, wenn die Anzahl der potenziellen Zuschauer schrumpft. Die Begrenzung gilt stärker für Filme mit einer jüngeren Hauptfigur und gilt stärker für Filme, in denen ein innerer Konflikt, ein zentraler Bestandteil der Handlung ist, wie z.B. einer bestimmten Ausprägung des Dramas. (vgl. ebd., S. 41ff)

Analog, zur in der wissenschaftlichen Arbeit vorliegenden Definition zum Kinderfilm, soll mitunter auch der Jugendfilm erwähnt werden, der in seiner neueren Bedeutung die Gruppe von Teenie-Komödien, Musikfilmen, Horrorfilmen und Pubertätsprobleme miteinschließt. (vgl. <http://filmlexikon.uni-kiel.de...27.10.2012>)

„*Coming-of-Age*“ ist ein Jugendfilmgenre und meint die Thematisierung der Sicht auf die späte Kindheit, thematisiert das Erwachsenwerden. Die obere Grenze, mit dem Eintritt in die Pubertät, liegt etwa bei 12 Jahren. Auch diese Altersgruppe sucht und findet ihre Lebenssituation und Perspektiven in Filmen wieder, in denen der Weg des Erwachsenwerdens nachgezeichnet wird. Lange Zeit waren diese Filme durch das sexuelle Erwachen, die Auflehnung gegen Autoritäten und gegen die Identitätsfindung zentral. Heute ist es eher die Herausforderung eine Orientierung, in einer von Pluralisierung und Individualisierung geprägten Gesellschaft, zu finden und ersetzt dadurch auch die Frage nach Werten die Rebellion. Es geht um Liebe, die vorsichtige Lösung und Annäherung, verbunden mit Zweifel, aber auch Hoffnung, die Beziehungen jenseits elterlicher Maßstäbe in der modernen Gesellschaft aufzunehmen und zu verhandeln. (vgl. Schick/Ebbrecht 2011, S. 129)

Meist in „Colleges“ oder in Urlaubsorten spielend, thematisieren diese Filme Problemkreise der Sexualität, der Geschlechterrollen, der Affektkontrolle, der Delinquenz, der Auflehnung und der Ausgrenzung, des Konsums und der Nostalgie. Diese Art von Jugendfilm bedient das pubertierende Publikum der Mainstream-Kinos.

## **6. Die Rolle und Wirkung des Kinderfilm und – fernsehens**

---

„Ein auf kindliche Wahrnehmungs- und Verarbeitungsweise zugeschnittenes Programm, mit einem reichhaltigen Repertoire an Figuren und Plots zur Identitätsbearbeitung und Festigung sozialer Kontakte, das an ihre Alltagswelt anknüpft (...), kann als Merkmal von Qualität, den Wunsch von Kindern an Orientierung und Vorbild, mit einer genussvollen Rezeption verbinden; auf diese Weise könnten Kinder im Aufbau sozialer Kompetenz unterstützt werden. (Paus-Haase 1998, S. 277f)

Am Anfang eines jeden guten Kinderprogramms steht die Maxime: „Es muss das kostbare Gut „Aufmerksamkeit“ auf sich ziehen können, schließlich ist auch das beste Programm nur so gut, wie es von den Kindern tatsächlich rezipiert wird. Welche Programminhalte (ob Sach- oder Sozialaspekte) konzeptionell auch immer im Mittelpunkt einer Sendung stehen: Entscheidend ist, dass sie dem Unterhaltungsbedürfnis der Kinder gerecht werden. (Analyse Paus-Haase, Actionserien), (Thüringer S. 50) „Kinder und die für sie produzierten Filme, befinden sich in einem Spannungsfeld zwischen Aufbruch, Entwicklung und Herausforderung einerseits, und andererseits dem Anspruch, sie beschützen zu wollen – Kindheit als Schonraum zu begründen.“ (Schäfer, Wegener 2009, S. 14)

Produktionsabstände in Kinderfilmen sind größer geworden und die betreffenden Filme entfachen die Diskussion immer wieder neu, was man Kindern zeigen und zumuten darf, verbunden immer wieder mit der Frage, ob die jeweiligen Filme überhaupt für Kinder geeignet sind. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 129f)

Innerhalb des vorliegenden Konzeptes wird sehr deutlich, wie schwierig es ist, ein anspruchsvolles Kinderfernsehen zu gestalten.

Wesentliche Leitkriterien von kindgerechten Formaten sollten:

- professionell hergestellt werden und hohen ästhetischen Standards genügen
  
- die eigenständige Persönlichkeit von Kindern anerkennen und stärken, die Phantasie anregen
- Themen aus der Lebenswelt von Kindern aufgreifen und kindgerecht umsetzen
- die Möglichkeiten und Perspektiven bei der Lösung von Konflikten demonstrieren.

(Katalog Goldener Spatz 2001, S. 14)

## **6.1 Identitätsentwicklung im Kinderfilm und -fernsehen**

---

Filme für Kinder stellen einen Rahmen dar, in dem Deutungen von Kindheit und dem Heranwachsen verhandelt und festgeschrieben werden. Dabei werden Vorbilder und Lebensstile entworfen, an denen sich Kinder orientieren.



Kinderfilme erfüllen die Erwartungen des Publikums, indem auch filmische Darbietungsformen an die kognitiven Kompetenzen anknüpfen. Vor allem für jüngere Kinder ist es eine Herausforderung, Kameraperspektiven, Montagen und Einstellungsgrößen in ihren spezifischen Bedeutungen zu entschlüsseln. Mit der Weiterentwicklung kognitiver Fähigkeiten können Kinder eine komplexe Dramaturgie immer besser nachvollziehen. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 14) Für viele Dramaturgen gilt, dass Kinder die Erwachsenen übertrumpfen können. (vgl. ebd. S. 165)

Bei Filmen für die Heranwachsenden ist das Identifikationspotenzial der Zuschauer wichtig. Rollenmodelle spiegeln in Filmen nicht nur Mentalitäten und Ideale wieder, sondern wirken prägend auf das Verhalten junger Zuschauer. Fiktionale Genres wie (Märchenfilme, Zeichentrickserien etc.) können Träume der Kinder beleben und sprechen Themen an, die Kinder interessieren.

Bruno Bettelheim nannte es „Kinder brauchen Märchen“, da das narrative Bedürfnis von Kindern und Jugendlichen nach den „Urfragen der Menschheit“ in erzählender Form, unverändert vorhanden ist. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 281)

Die Figuren und Helden verkörpern Eigenschaften und Werte wie Mut, Freundschaft, Größe, Macht, Wissen, Autonomie und Können. Dinge die Kinder für sich selbst wünschen. (vgl. Thüringer 2001, S. 41)

Langenberger äußert sich dazu (1998): „Unbestritten erfüllen Medien für Kinder und Jugendliche eine wichtige Funktion, schon alleine dadurch, indem sie dem Heranwachsenden jene Inhalte anbieten, die sich mit ihrer spezifischen Situation auseinandersetzen“. (Langenberger, 1998 In: Thüringer 2001, S. 41). Je nachdem wo ein Kind in der Entwicklung gerade steht, kann das was für einen Erwachsenen als völlig harmlos eingestuft werden, bei Kindern aber Ängste hervorrufen. Ein gutes Beispiel hierfür ist „Heidi“, was eventuell mehr Ängste auslösen kann, als die viel fiktiveren „Powerrangers“. (vgl. ebd.)

Fernsehinhalte werden von Kindern und auch von Erwachsenen aktiv angeeignet und nicht über ein Reiz-Reaktionsschema. Innerhalb des Rezeptionsprozesses setzen sich Kinder auf der Grundlage, der von Ihnen gemachten Erfahrungen, selektiv mit den Themen auseinander. (vgl. ebd., S. 39) Vielfältiges symbolisches Material wird vom Fernsehen zur Verfügung gestellt.

Kinder spielen „danach“ und erfinden je nach Bedürfnis, neue Geschichten, auch wenn die Geschichten nicht unbedingt mit dem Gesehenen übereinstimmen. (vgl. Charlton/Neumann-Braun 1992)

Fernsehinhalte werden von Kindern in ihre eigene Lebenswelt und in ihren Alltag projiziert, mit individuellen Bedeutungen versehen und in Beziehung zu ihren aktuellen Gefühlen und Befindlichkeiten wie Freud, Leid und Sehnsucht gesetzt. Die aus der realen kindlichen Lebenswelt gemachten Erfahrungen, Beziehungen zu Kontaktpersonen und die dort vermittelten Werte und Normen tragen mindestens genauso viel zur Konstruktion von Bedeutungen bei, wie Fernsehbilder.

Bei den Heranwachsenden steht das Erleben und nicht das Verstehen im Vordergrund. (vgl. Thüringer 2001, S. 40)

Der Medienpädagoge Jan-Uwe Rogge unterscheidet vier Grade der emotionalen Beteiligung (Rogge 1994, S. 60 ff.):

- Bei einem unregelmäßigen, gleichgültigen oder gelangweilten Kontakt mit dem Medium (**1. Grad**) verweist das nicht auf ein Desinteresse, sondern eher auf eine emotional nicht aushaltbare Situation, vor deren Inhalten sich das Kind mit Kontaktabbruch schützt.
- Der **2. Grad** ist ausgezeichnet durch eine hohe Aufmerksamkeitsintensität. Kinder verfolgen mit allen Sinnen, Mimik und Gestik das Geschehen.
- Der **3. Grad** äußert sich in einer intensiven emotionalen Zuwendung, bei der Kinder sich hauptsächlich in ihre eigene Gefühlswelt zurückziehen, kaum auf Ansprache reagieren und wenige Entlastungsgesten zeigen.
- Beim **4. Grad** wird es problematisch wenn das Kind reglos, überwältigt und gebannt vor dem Bildschirm sitzt.

(Rogge 1994, S. 60 ff.)

Die Reaktionen zeigen sich durch Schwitzen und hohe Pulsfrequenz, die auf eine große Erregung hinweisen.

Fernsehen kann dabei nur noch als Reaktion und nicht mehr als selbstständige Aktion gesehen werden. Das Lösen vom Bildschirm fällt schwer und somit sind dringend Interventionen angebracht, um eine Entlastung wieder zu ermöglichen. Es kommt vor, dass sich Entlastungsaktivitäten unmittelbar an die Filmrezeption anschließen. Was Eltern oft als aggressives Verhalten deuten, dass durch den Film ausgelöst wird, ist eher das nach Außenbringen der Anspannung (innere Bewegtheit) und die Bewältigung dessen. (vgl. Rogge 1994, S. 60 ff.)

## **6.2 Die Handlung im Kinderfilm und -fernsehen**

---

Wichtiger als Fragen des Geschmackes sind Anforderungen an eine kindgerechte Dramaturgie, die sich nach intellektuellen Fähigkeiten und psychosozialen Entwicklungen der Kinder orientieren sollte. Eltern verlangen häufig nach einem roten Faden der Geschichte. (Thüringer 2001, S. 46) „Kinder wollen ihre Filme nicht rational verstehen, sie wollen sie ganzheitlich empfinden. Dies zeigen ihre Wünsche nach lustigen, spannenden und erregenden Produktionen, dem Verlangen nach Nervenkitzel.“ (Rogge 1994, S. 45)

Wer Filme macht, tut das mit einer besonderen Verantwortung der Zielgruppe. Kinder sind dabei sich die Welt anzueignen und bilden durch beständig neue Erfahrungen gleichzeitig ihre Persönlichkeit heraus. Die Heranwachsenden sollten dabei Selbstbewusstsein entwickeln können und eine Stärke, die Kindern das Gefühl gibt, ihr Leben selbst gestalten zu können. Ein Film, in dem die Hauptfigur eine Erfahrung macht, in der die innere Kraft zerrüttelt und gebrochen wird, kann Kinder in ihren Gestaltungsmöglichkeiten und -fähigkeiten erschüttern. Eine positive und produktive Erfahrung sollte es in einem Film für die Heranwachsenden, egal wie problematisch der Konflikt ist, immer geben. Das muss nicht zwangsläufig ein Happy End sein, welches kein notwendiges Element des Kinderfilms ist. (vgl. Völcker 2005, S. 45f)

Wenn Erwachsene in Kinderfilmen, z.B. in Märchen, als Protagonisten agieren, ist ihr Charakter so angelegt, dass auch Kinder sich mit ihnen identifizieren können. Das verlangt eine Figur zu kreieren, die erwachsene Eigenschaften aufweist. (z.B. die sexuelle Identität auslöst aber trotzdem differenziert und plastisch zeichnet) (vgl. ebd.)

Die Figuren werden im innersten der AutorInnen erträumt. Nach Völcker (2005): „dort wo die Imagination ihren Platz hat“. Die Fähigkeit, sich in Kinder hineindenken zu können ist wichtig. (ebd. , S. 49)

Frank Daniel führt die wichtigsten Punkte als Beispiel in seiner Formel für das dramatische Erzählen an, wenn jemand unbedingt etwas haben will und es Schwierigkeiten gibt, es zu bekommen. Dabei entwickelt sich die Hauptfigur weiter.

Sie macht neue Erfahrungen, entdeckt dabei neue Seiten an sich selbst und erwirbt unter Umständen neues Wissen oder neue Fertigkeiten.

Von diesen Erfahrungen bleibt sie in ihrem tiefsten Inneren nicht unberührt. Sie führen auf dieser tiefen Ebene zu einem Entwicklungsprozess, durch den das Bedürfnis erfüllt wird.

Das Bedürfnis ist immer ein ganz banales menschliches, wie beispielsweise das Bedürfnis nach Liebe, nach Gemeinschaft, nach Anerkennung, Gerechtigkeit, Vertrauen, Identität oder Erwachsenwerden. Der Handlungsstrang konstituiert somit die Haupthandlung. Das Ziel benötigt eine gute strukturgebende Funktion. (vgl. ebd. , S. 51)

### **6.3 Brauchen Kinder Grenzen?**

---

Kinder und Jugendliche verfügen über ihre eigenen Medien und konsumieren ohne Kontrolle was ihnen gefällt. (vgl. Süß 2004, S. 14)

Die Heranwachsenden brauchen bei der Auswahl von Sendungen Grenzen und Orientierungen und das Vertrauen der Erwachsenen und sollten sich dabei nicht vollkommen selbst überlassen sein. Barbara Sichtermann hat dafür das treffende Bild des Dornröschenprinzips geprägt: „Jahrelang scheitern die Prinzen an der Dornenhecke, die sie überwinden müssen, um zu der schlafenden Schönheit zu gelangen. Erst als der richtige Zeitpunkt erreicht ist, kann der Prinz ohne größeren Widerstand seine Prinzessin wach küssen.“ „Das Dornröschenprinzip verlangt von Eltern und Erziehern eine Verschiebung des Blickes, vom was auf das wann, und das wie viel ist wichtiger als das was.“ (Sichtermann 1997, S. 17)

Entscheidend für die Nutzung von Medien oder die Ausübung von Parallelhandlungen ist eine Form des Zeitmanagements, welches Kinder üben sollten. Diese Entscheidungen leisten einen wesentlichen Beitrag zur Kompetenzentwicklung, um Prioritäten zu setzen, Interessen und Werthandlungen zu konkretisieren und konkret umzusetzen. Dabei lernen die Heranwachsenden zwischen Alltag und außergewöhnlichen Zeiten zu unterscheiden. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 282)

Häufig erliegen Kinder der Fernbedienung und „zappen sinnlos“ durch die Kanäle. Der Fernseher nimmt immer mehr Zeit in Anspruch und beginnt die kindliche Spielwelt und Kommunikation mit anderen zu ersetzen. Eine klare und konsequente Zeitdosierung ist wichtig. (vgl. Thüringer 2001, S. 41)

Im Fernsehen gibt es keinerlei Beschränkungen und alterseinschränkende Warnungen sorgen nur dafür, dass mehr Kinder die Sendung sehen. (vgl. Postman 1983, S. 107)

Es soll nicht behauptet werden, dass Kinder von vor jeglicher Kenntnis von Gewalt und moralischer Vollkommenheit behütet werden sollen. Betelheim (1980) zeigte in seinem Buch mit „Kinder brauchen Märchen“, dass die Bedeutung gerade darin liegt, die Existenz des Bösen zu offenbaren, die es Kindern gestattet, die Erkenntnis ohne Traumata zu verarbeiten.

Der Inhalt der Märchen (über Jahrhunderte hinweg) konnte durch die Erwachsenen abgeschwächt und an die Bedürfnisse der Heranwachsenden angepasst werden. Die Umgebung, in der Märchen erzählt werden, wirkt ermutigend und beruhigend, und hat eine therapeutische Funktion. Doch Fernsehen im allgemeinen Programm dagegen, nimmt auf die Inhalte bezogen, keine Rücksicht auf die Kinder. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008 S. 110f)

### 6.3.1 Film und Fernsehen in der Familie

---

Ein wesentliches Element der Mediensozialisation ist die gemeinsame Mediennutzung in der Kernfamilie, Kindergarten und Schule. (vgl. Süß 2004, S. 62)

Das Fernsehen ist bei älteren Kindern die häufigste Aktivität, welche Eltern mit ihnen teilen und wird sehr stark durch die „Erziehungsberechtigten“ im Leben der Heranwachsenden reguliert.

Da Erwachsene ihren Kindern häufig Medien schenken, spiegeln diese den Geschmack wieder, den sie selbst als Kinder gern genutzt hätten. (vgl. ebd., ) Mit zunehmendem Alter jedoch, haben die Eltern weniger Einfluss auf die Mediennutzung. Die Beeinflussung durch Peergroups, nimmt dagegen zu. (ebd., S. 82)

Medien begegnen der Familie in Deutschland auf mehreren Ebenen. Sie sind Helfer, bringen Neues, geben Informationen, helfen miteinander in Kontakt zu treten und stehen mit den Erziehungsmaßnahmen der Eltern in Verbindung, beispielsweise ist „Verbot von Medien“, eine der häufigsten Strafen. (Gefährdung)

In fast jeder deutschen Familie (99% aller Haushalte) steht mindestens ein Fernsehapparat. Meist sind es mehr. Und heute besitzt fast jedes Kind ein eigenes Gerät, im eigenen Zimmer. Früher, gerade in den 70er und 80er Jahren, war es ein gemeinsames Familienritual, sich um 20 Uhr vor dem Fernseher zu versammeln, um die Tagesschau zu sehen. Weil heute mehrere Geräte in Haushalten existieren, bedeutet das, dass getrennt ferngesehen wird. Somit besteht keine Kontrolle über die Fernsehnutzung der Heranwachsenden und führt zugleich zu einer auseinanderdriftenden Situation.

Medien können die Kommunikation in der Familie schädigen. Wenn Eltern sich durch die Medien entlastet fühlen, ist Schorb (2003) der Meinung, dass auch (...) „die Inhalte, die in den Köpfen der Kinder entstehen, nicht mehr dem Einfluss der Eltern unterliegen, also durch einen Gegenpart relativiert werden können, sondern für sich und in unkontrollierter Weise wirken“. (ebd. Schorb, 2003)

Wenn die Familie funktioniert und ihre Erziehungsfunktion wahrnimmt, in dem sie den Kindern Hilfen und Orientierungen bietet, kann sie den Einfluss der Medien, zumindest in den Schatten stellen. Damit sind Familien gemeint, bei denen Kommunikation sehr wichtig genommen wird. Gefahren und vor allem Medienmissbrauch werden erkannt, wenn Eltern selbst in der Lage sind, mit Medien umzugehen.

Wo Medien, statt mit der Familie zu interagieren, interaktive Medien dem Kind das „Märchen“ rauben und gedacht wird, dass die Medien einen Erziehungsauftrag leisten, besteht höchste Gefahr. Problematische Angebote sind die „Dominanten“ in der Wahrnehmung. (z.B. Gewalt, Kriege etc.)

Wenn die Interessen von Kindern und Eltern zusammen fallen, ein gemeinsames anspruchsvolles Qualitätsfernsehen zu schauen, miteinander diskutiert und sich mit den Medien auseinandergesetzt wird (Bsp. eigenen Film schneiden), können beide mit und voneinander lernen. Medien sind nichts anderes, als Mittler und Werkzeuge, die selbst in die Hand genommen werden wollen. (vgl. Schorb, 2003)

#### **6.4 Kinderfilm und -fernsehen – Ein Erfolgsrezept**

---

Die Kinderfilmproduktionen der letzten Jahre erwecken den Anschein, dass die Entwicklung originärer Filmstoffe für Kinder, jenseits großer Marken, es schwer hat, das Zielpublikum anzusprechen. Verfilmungen von Kinder- und Jugendbüchern sind dazu im Gegenteil, überaus erfolgreich. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 16)

Literaturvorlagen bieten den sichersten Erfolg und auch da lassen sich Filme finden, die sich mit zerrütteten Generationen- und Familienverhältnissen auseinandersetzen. (vgl. ebd., S. 184)

Nach Dirk Blothner ist der entscheidende Weg, der Anreiz mit den entsprechenden Vorlieben in das Kino zu gehen. Das macht auch einsichtig, warum die Verfilmungen bekannter und beliebter Vorlagen einen Vorteil haben. Eltern, die ihren Kindern viele „Gutenachtgeschichten“ vorgelesen haben, werden leicht von der Werbung für einen Film erreicht werden. Eltern entscheiden sozusagen mit, auch wenn die Kinder älter werden und immer mehr eigene Interessen verfolgen. Die Einwilligung der Erziehungsberechtigten bleibt jedoch immer bestehen. Die Mehrheit ist bereit, die Kinder zu begleiten, auch bei Filmen die sie selbst nicht auswählen würden. Jedoch wollen sich die Eltern auch vorher ein Bild machen, was ihre Kinder und die Familie erwartet und ob der Film geeignet ist. (vgl. Völcker 2005, S. 32)

Auf die letzten 10 Jahre zurückblickend, haben sich Adaptionen von der Kinderliteratur zu einer festen Größe der deutschen Filmlandschaft entwickelt. Die verfilmten, für das Kino entwickelten Bücher, lassen sich in vier Kategorien einteilen. Angefangen von den wiederkehrenden Klassikern, wie z.B. die „Vorstadtkrokodile“ und die „Sixties & Seventies revisited“, bis zu den Literaturverfilmungen, jenseits der Bestseller.

Mitte der 90er Jahre herrschte eine Flaute. Laut Statistik der (FFA) gingen gerade mal 1996 drei Kinderfilme an den Start. Seit 1998 bewegen sich die Produktionen zwischen fünf und elf Produktionen und seit den letzten vier Jahren hat sich die Anzahl der Filme auf sieben bis acht eingependelt. Die Produzenten Uschi Reich und Peter Zenk, setzten hinsichtlich des Budgets und der Besetzung mit bekannten deutschen Schauspielern, neue Maßstäbe. (vgl. Schäfer/ Wegener 2009, S. 223)

Charakteristisch für Neuverfilmungen ist die Ansiedlung der Geschichten in die Gegenwart. Die Modernisierung der Stoffe bezieht sich insbesondere auf die Biographien der Protagonisten und die Geschlechterrollen. Die Geschichten werden an die aktuelle Lebenssituation der jungen Generation angesiedelt, damit sie einen besseren Zugang zur Geschichte finden. Grundbotschaften aber bleiben die gleichen, dass Kinder in der Gemeinschaft erst die Kraft haben, Erwachsene zum Umdenken und zur Einsicht zu bewegen, was ersichtlich an den „Erich Kästner-Stoffen“ wird. Für die Älteren Zuschauer, die mit früheren Stoffen vertraut sind, bleiben diese Botschaften dadurch erhalten. Somit erfolgt eine neue Adaption einer Doppelstrategie, in denen die Kinder Stoffe neu entdecken und Erwachsene sich an Rezeptionserlebnisse ihrer eigenen Kindheit erinnern.

Letztendlich werden dadurch Erwachsene ihre Kinder selbst mit ins Kino nehmen und ermutigen. (vgl. ebd., S. 224) Eine Modernisierung der Klassiker und Umsetzung zu neuen Produktionen der Favoriten der Elterngeneration, gepaart mit der Besetzung von bekannten Schauspielern, ist ein Erfolgsmodell. (vgl. ebd. S. 225)

Eltern bzw. Erwachsene werden deshalb auch „Gatekeeper“ genannt, da sie die Themen, die sie schon als Kinder geliebt haben, weitergeben. (vgl. Süß 2004, S. 64)

#### 6.4.1 Family-Entertainment

---

Mit dem beginnenden Boom in den 90ern des Kinderfilms in Deutschland, tauchte der Begriff Family-Entertainment auf. Der Begriff differenziert aus. Kinderfilme sind die Filme für Kinder und Family Entertainment ist der Film für die Familie.

Filme für die Heranwachsenden erforschen die Welt aus einer kindlichen Sichtweise und dramatisieren kindliche Erfahrungen.



Kinder sind dabei in der Regel die Hauptfiguren der Handlung und berücksichtigen weitestgehend die jüngste Altersgruppe (die der Vorschulkinder), in der Art und Weise des „Erzählens“ und der Inszenierung. (die Fähigkeit der Filmwahrnehmung auf dessen Zielgruppe) (vgl. Schäfer/ Wegener 2009, S. 232)

Im Gegenzug dazu stellt sich Family-Entertainment die Frage, wie viel Erwachsenenthematik die Heranwachsenden interessieren und wie viel davon man den Kindern zumuten kann?

„Der Begriff gibt der Zielgruppe ein Versprechen, im Hinblick auf den Charakter des zu erwartenden Filmerlebnisses mit auf den „Weg“.

Nach der Bezeichnung zufolge, sollten die Filme generationsübergreifend sein, Unterhaltung, Spannung und Spaß verschaffen und sich nicht mit schwierigen, ernsthaften oder gar traurigen Themen auseinandersetzen. (ebd., S. 230) Je jünger die Kinder sind, desto größer ist der Einfluss der Eltern auf die „Filmwahl“ und somit gehören die Eltern der Zielgruppe an. In dieser Hinsicht ist der Begriff Kinderfilm wertneutral.

Der Geschäftsführer der Mitteldeutschen Medienförderung (MDM), Manfred Schmidt, bezeichnet den Kinderfilm als eine Produktion für das Vorschulalter.

Der Begriff Family-Entertainment möchte im Gegenzug dazu, ein größeres Publikum ansprechen. „Auch für die Fernsehsender ist der Anspruch bei größeren Produktionen, die ganze Familie mitzunehmen und somit eine breite Resonanz zu erreichen, gewachsen“. (Schmidt 2007)

Es spielt dabei auch aus wirtschaftlichem Aspekt die Verwendung des Begriffes eine Rolle. Um Kinderfilme erfolgreich zu vermarkten, erscheint neben dem Rückgriff auf bekannte Literaturvorlagen, die Ausweitung der Zielgruppe durch Family-Entertainment, zu fruchten, in denen auch die Eltern als Zuschauer erreicht werden sollen. Das führt zu einer größeren Auslastung der Kinos. (vgl. Schäfer, Wegener 2009, S. 16)

Leider sind Kinderfilme, im sogenannten „Arthouse“ bzw. Independent Bereich vom Aussterben bedroht, da eine ernsthafte filmische Sicht, mit der Sicht der Welt der Kinder, nur sporadisch stattfindet. (vgl. ebd., S. 240f)

## 7. Kinderfilme dieser Zeit

---

### 7.1 Generationen zu Genderstereotypen in Film und Fernsehen

---

„Konflikte zwischen den verschiedenen Generationen zeichnen sich durch die Frage nach den Autoritäten aus: Wer hat die Sanktionsgewalt?“ (Schäfer/ Wegener 2009, S. 175)

Versucht ein Kind diese Konflikte zu durchbrechen, kommt es häufig durch eine fundamentale Ambivalenz zwischen den Altersgruppen zu Problemen, die zu grundsätzlichen Auseinandersetzungen führen können. Kinder suchen nach Orientierung und wenn diese von den Erwachsenen verweigert wird, geraten sie in Konfrontation.

Im deutschsprachigen Raum existieren wenige Kinderfilme, in denen Generationskonflikte eine Rolle spielen und in denen sich die Heranwachsenden mit den Erwachsenen auseinandersetzen, oder gegen sie aufbegehren. Gerade eine offensichtliche Abwesenheit zwischen Jung und Alt ist zu beobachten. (ebd., S. 175f)

In Kinderfilmen der letzten zehn Jahre fallen zum einen Filme auf, die versuchen, dieses Thema der Konfliktdarstellung zwischen den Generationen, durch Abwesenheit zu meiden und zum Anderen werden die Konflikte der Erwachsenen zwischen den Kindern ausgetragen. (vgl. ebd.)

Diese genannten Aspekte zeigen sich in Filmen, wie „Die Vorstadtkrokodile“, „Die wilden Kerle“ und „Die wilden Hühner“, in denen Kinderbanden Thema sind und neben Interaktionsmustern innerhalb der Clique, die Positionierung einzelner Figuren, neben den spannenden Geschichten, verhandelt werden. (vgl. Schäfer/ Wegener 2009, S. 176f)

„Wenn von Bandenfilmen die Rede ist, treten die Erwachsenen automatisch in den Hintergrund, oder verschwinden ganz“. (ebd., S. 178)

Auch wenn Erwachsene abwesend sind, ermöglicht das den Kindern ihre ganz eigene Welt zu gestalten, indem Abenteuer bestanden werden und Konflikte mit eigenen Mitteln gelöst werden. Die Welt der Erwachsenen wird mit einem spielerischen Zugang nachgeahmt.

Familienkonflikte werden nachempfunden. Die Figuren können verschiedenste Kommunikationsmodelle, die den Heranwachsenden bei der Orientierung innerhalb der Familie helfen, ausprobieren. (vgl. ebd., S.177) „In diesen Produktionen sind Erwachsene höchstens Stichwortgeber oder fungieren mit ihrer Lebensgeschichte im Hintergrund als Folie, vor der sich die Abenteuerwelt der Kinder abbildet“. (ebd.) Dabei sollen Rollenklischees auf kreative und unterhaltsame Weise durchbrochen werden. Obwohl zahlreiche Filme existieren, in denen Generationen um ein gemeinsames „Miteinander“ ringen, ist es laut der Autorin Kathrin Hofmann vor allem die offensichtliche Abwesenheit des Konfliktpotenzials zwischen Jung und Alt, das bei einer näheren Betrachtung aktueller Kinderfilmproduktionen ins Auge fällt. (vgl. ebd. , S. 15)

## **7.2 Von den Vorstadtkrokodilen, den wilden Kerlen und Hühnern**

---

Die Produktion „Die Vorstadtkrokodile“, aus dem Jahre 2009, (Buch: Christian Ditter/ Martin Ritzenhoff; Regie Christian Ditter) fährt eine Strategie, die an die frühere Verfilmung (Buch Max Grün; Regie Wolfgang Becker, 1977) erinnert und die durch die Besetzung Martin Semmelrogges und das Vorkommen des Songs „Amanda mia, amore mio“ zum Hit wurde.

Die neue Geschichte soll den Erfahrungshorizont erweitern und den „Sehgewohnheiten“ der jungen Schauspieler gerecht werden. Auch sind Kinderstars (Nick Romeo Reimann „Die wilden Kerle“ 3-5 und Fabian Halbig aus der Band „Killerpilze“) heute auf den Leinwänden zu sehen, die mit Sicherheit die Attraktivität der Filme, neben den Inhalten, noch erhöhen.

„Die Vorstadtkrokodile“ verweist auf die Kategorie der Adaptionen von Literatur, die aktuell bei den Heranwachsenden beliebt ist. Ein weiteres relevantes Beispiel ist die beliebte Buchreihe „Die wilden Fußballkerle“, von Joachim Massanek, welche im Frühjahr 2002 begann und insgesamt mit 14 Büchern im Jahr 2008 abschließt. Parallel entwickelt Masanek, der in München-Grünwald die reale Fußballmannschaft „Wilde Kerle“ trainierte, den ersten Spielfilm zu der Filmreihe. Es folgte ein regelrechter „Wilde Kerle-Boom“ mit vier weiteren Filmen.

Während sich die Wilden Kerle zunehmend mit phantastischen Stoffen, in Abwesenheit der Erwachsenen herumschlagen, knüpfen die wilden Hühner mit Erfahrungen aus dem Alltag an. Für einige Erwachsene scheint die Welt der Wilden Kerle zu dick aufgetragen. Dem Anderen wiederum, erscheinen die Probleme bei den wilden Hühnern zu stereotyp.

Doch die Filme treffen beim Zielpublikum genau den Geschmack. (vgl. Schäfer/Wegener 2009, S. 226f)

Die Filmförderungsanstalt (FFA) hebt in ihrer Brancheninformation 2007 unter der Überschrift „Dauerbrenner Deutscher Film“, u.a. die Filme „Die Wilden Hühner und die Liebe“ (D 2007, Regie Vivian Naefe) und „Die Wilden Kerle 4- Angriff auf Silberlichter“ (D 2007, Regie Joachim Massannek), hervor. (vgl.ebd., S. 232)

### ***Was trägt zur Popularität bei?***

Alle erwähnten Filme (unabhängig von der Qualität oder dem Zuschauererfolg), versuchen eine Welt zu schaffen, die Heranwachsenden Möglichkeiten aufzeigen, das Leben selbst in die Hand zu nehmen. Mal sind die Filme weniger realistisch, wie in „Die Wilden Kerle“, die als magisches Abenteuer inszeniert sind, oder auch sehr lebensnah wie in „Die Vorstadtkrokodile“. (Schäfer/ Wegener 2009, S. 177f)

-Die Filme werden teilweise von bekannten Schauspielern besetzt. (Jimi Blue Ochseneck, Wilson Gonzales Ochseneck und Jonathan Beck, mit der Besetzung eines Elternteils)

-Die Filme sind mit dem Cast und der Story mitgewachsen.

-Um weiterhin noch jüngeres Publikum anzusprechen, kommen in den weiteren Storys neue jüngere Schauspieler hinzu.

(vgl. Schäfer/ Wegener 2009, S. 227)

Helden mit denen sich die Kinder identifizieren können, werden in jedem solcher Filme zu finden sein, da sie sich nicht auf einen Helden konzentrieren und somit ein breites Spektrum der potenziellen Zuschauer abdecken.

Den jungen Zuschauern, gerade denen, die sich in einer ähnlichen Situation befinden, bieten diese Filme eine realistische Sicht dieser Lebenssituation.

Die Großelterngeneration korrespondiert in allen vorgestellten Filmen mit einer vergangenen Tradition, wie bei den wilden Hühnern, indem die „Alten“ auf dem Land wohnen und eine lang vergangene Zeit wieder lebendig werden lassen. Idyllen werden lebendig, von einer geborgenen Kindheit, die damals möglich war.

Das heißt so viel wie: „einfach mal weg vom heutigen Alltagsstress der Eltern, der Hektik und Anonymität in den Städten“. (vgl. ebd., S. 180)

Außerdem gehören diese Filme zu der Gruppe „Family-Entertainment“ und sprechen die ganze Familie an.

„Die Wilden Hühner“ und vor allem „Die Wilden Kerle“ sind nicht zuletzt wegen des starken Kinderensembles so beliebt und erfolgreich geworden. Die bekannten Starschauspieler, wie Rufus Beck oder Uwe Ochsenknecht, hatten da bald nichts mehr zu suchen – die Jungen haben die Macht übernommen!“ (ebd., S. 178)

### 7.2.1 Was macht „Die wilden Kerle“ so wild?

---

„Eine fußballbegeisterte Jungenclique wird von ihren „Feinden“ zum finalen Entscheidungsspiel herausgefordert. Während der Spielvorbereitung lernen die Protagonisten, wie richtig trainiert wird und erfahren, wie wichtig der Zusammenhalt im Team ist. Sie integrieren auch ein Mädchen, Vanessa, in ihre Mannschaft.

Im „Grande Finale“ triumphieren sie über die „unbesiegbaren Sieger“. „Die Wilden Kerle“ ist eine Abenteuergeschichte. Szenen und Dialoge sind bewusst überzogen und über allem steht der Slogan „Alles ist gut, solange du wild bist“. Der Erzähler Raban greift zu stilistisch sprachlichen Wortkreationen wie „Heiliger Muckefuck“. (vgl. Schäfer/Wegener S. 160)

Im Team herrscht die Sprache der Superlative. Der „schnellste Rechtsaußen“ ist Fabi und Maxi schießt „so hart wie keiner“.

Leon, der Hauptdarsteller, ist der „Slalomdribbler“. Die Szenen reichen von Kinderbanden-Romantik, bis hin zu „Hells Angels, die wilden Kerle auf Mountainbikes“.

Es gibt auch Gegner, die „Unbesiegbaren Sieger“. Anführer ist der dicke Michi. Die Gang ist sehr gemein. Die wilden Kerle bezeichnen sie als „schmalspurig, dumpfbackig und ultra-aggressiv“. (vgl. ebd. S. 160)

Dieses Jungen-/Männer-Bild gilt es innerhalb der Story zu übertrumpfen. „Bei den wilden Kerlen geht es um Kultivierung von Jungen-Power und um die Austreibung des kleinen Machos.“ (ebd.) Leon, die Hauptfigur ist egoistisch, was der Jungenbande einige Siege kostet. Leons Egoismus muss geheilt werden und sein Abrutschen in ein Macho-Dasein soll verhindert werden. Zu Beginn liegen die Unbesiegbaren mit einem 8:0 vorn. Leon versucht das Spiel zu retten und eine „Aufholjagd“ beginnt. Auch die Schwachen (Juli und Raban) sind erfolgreich. („Ohne sie kein Team Play, Ohne Teamply kein Erfolg“)

Die Handlungen sind leicht zu durchschauen, sind witzig und führen zu abstrusen Verwicklungen. Das Kraft und Geschick trainiert werden müssen, sich Zusammenhalt und Freundschaft bewähren muss, und es dazugehört, sich mit dem anderen Geschlecht auseinanderzusetzen, sind die Erkenntnisse der Handlung. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 160f)

Es werden auch Alltagsprobleme, wie beim alten, gebrochenen und erfolglosen „Exsportler“ Willi, der einen Hang zur Flasche hat, kein Vorbild, aber als kluger Ratgeber unverzichtbar ist, aufgezeigt.

Fußballinteressierte Jungs, aber auch Mädchen fühlen sich angesprochen. Die Mädchen werden später nach dem Motto „Was sich neckt, das liebt sich“ zu Feindinnen.

Im ersten Teil verkörpert Vanessa stark ihr Geschlecht und wird unter der resoluten Regie ihrer Tante aufgebaut. Bevor sie von den Jungs akzeptiert wird, muss sie gegen die Jungs im Elfmeter antreten. Sie schafft es und wird akzeptiert und respektiert. Leon und sein bester Freund Fabi himmeln sie sogar heimlich an. Der Eindruck, dass Frauen, wenn sie unter Männern bestehen wollen, besser sein müssen als ihre männlichen Kollegen, entsteht. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 161)

## 7.2.2 So wild sind die Hühner gar nicht

---

Die Hühner ihrer Oma „Slättberg“ liebt Sprotte über alles und gibt ihnen sogar Namen. Es ist für sie die reinste Katastrophe, dass die Oma vorhat die Hühner zu schlachten, da sie sogar ihre Clique nach ihnen benannt hat. Somit heißt es für Sprotte dann „Fuchsalarm“, was bedeutet, dass alle Freundinnen zusammenkommen und Krisenrat halten müssen.

Doch die Freundinnen Frieda, Melanie und Trude haben gerade ganz andere Sorgen, wie z.B.: „Pickel im Gesicht, ein kleiner Bruder, auf den aufgepasst werden soll, ein Vater ohne Job, eine unglücklich verliebte Mutter und nicht zu vergessen, Trudes cooler Cousin zum Verlieben“.

Mädchen sind nicht einfach und haben Probleme mit dem Aussehen, müssen sich Fürsorgepflichten stellen und durchleiden die Partnerschaftskrisen ihrer Eltern.

Die eigenen ersten „Verliebtheiten“ sind ebenso kompliziert und somit wird das „Hühnerproblem“ ein wenig zur Nebensache.

Doch geht es letztendlich darum, die Hühner heimlich zu entführen, um sie vor dem Tod zu retten, was nicht einfach ist, weil die Oma „auf der Hut ist“. Sogar eine Pistole hat sie sich zugelegt. Die Hühner brauchen Unterstützung und deshalb brechen die Freundinnen das Tabu und verbinden sich zunächst mit der Jungenbande, den Pygmäen, die ebenfalls vier Jungs sind.

Fred ist der Anführer und ist für Frieda „vorbestimmt“. Verschiedenste Charaktere, vom kleinen Witzbold Torte, Steve, dem Kartenleser und Willi, der daheim von seinem Vater geschlagen wird, bestimmen die Handlung.

Auch die Jungs haben ihre Probleme, ihr wunderbares Baumhaus soll abgerissen werden und somit treffen die beiden Banden ein Arrangement. Die Hühner befreien die Mädchen und die Jungen- Clique gemeinsam.

Die Mädchenbande pflegt keinen wilden „Geist“, sondern eher eine Art „Pfadfindergeist“, geprägt von Kindersolidarität, familiären Problemen unterschiedlichster Art, Freundschaftsgeflechte bis hin zu ersten Liebeleien.

Das soziale Umfeld fließt bei den „Wilden Hühnern“ stärker ein, als bei den „Wilden Kerlen.“

Beide Filme wollen aber letztendlich Abenteuergeschichten erzählen, wobei bei den „Wilden Kerlen“ der Triumph auf dem Bolzplatz im Mittelpunkt steht und es bei den „Wilden Hühnern“ eher eine Vielzahl von Problemen zu lösen gibt. (vgl. Schäfer/Wegener S. 162f)

Eine starke Rücksichtnahme und Sensibilität für die Probleme Anderer zeichnet den Charakter von Sprotte aus.

Die Identifikation für die Mädchen, die diesen Film sehen, dürfte die Tatsache sein, dass Sprottes Mutter und Oma „alleinstehende Frauen“ sind. Die Oma verkörpert die ein wenig herzlose und pragmatische Witwe und Sprottes Mutter ist eine spontane, gefühlvolle Chaotin, die dauernd auf der Suche nach einem Partner fürs Leben ist und Auswanderungs-Pläne hegt. Sprotte dagegen ist tonangebend, selbstbewusst und hat den Durchblick. Sie wird nur verlegen wenn Fred sich nähert.

Somit bieten „Die Wilden Hühner“ ein Drei-Generationen-Porträt von Frauen, mit ihren unterschiedlichen Interessen und Lebenseinstellungen. Im Vergleich wird den wilden Kerlen filmisch mehr Zügellosigkeit zugestanden. Die Handlung ereignet sich in stilisierten Welten, die in den folgenden Filmen immer surrealer werden. Während die Wilden Kerle ästhetisch an den Macho im Jungen appellieren und zugleich die Gefahr des Machos, mit purem Egoismus vor Augen führen, ist bei den „Wilden Hühnern“ viel Raum für soziale und verflochtene Kommunikationsmuster. Das Abenteuer wird von sozialpsychologischen Themen begleitet und gesellschaftsrelevante Problematiken wie lesbische Liebe und Outing werden verhandelt.

Im Mittelpunkt der Hühner stehen die Werte Solidarität und Freundschaft, die aber so nur in einer Mädchenbande bestehen können. Die Mädchen bewegen sich in einer anderen Welt und Jungen werden dort zwar umschwärmt aber nicht integriert. (vgl. ebd. S. 163)

Cornelia Funkes beliebte Romanvorlagen bieten ein vertrautes Modell von Beschaulichkeit, Geborgenheit und Freundschaft, in dem es ernsthafte, sehr realitätsnahe Probleme zu bewältigen gibt. Damit haben die wilden Hühner einen Lebenshilfe-Aspekt, mit einem angenehmen Ambiente von Lifestyle und Accessoires. Einen Stellvertreter des anderen Geschlechts gibt es nicht.

Es wird sich nur mit den Jungen arrangiert, wenn es nötig ist.

Erste Liebeserfahrungen werden gesammelt. (vgl. ebd. S. 164)



Uschi Reich schaffte mit ihren „Mädchen-Filmen“ zumindest ein Defizit auszugleichen, denn lange wurde die Leinwand im Kinderkino von männlichen Schauspielern dominiert. Demnach dürfen „wild“, sowohl Mädchen, als auch Buben sein. Durch die Bezeichnung als „Hühner“ einerseits und „Kerle“ andererseits, implizieren aktuelle Filmproduktionen Bilder vom Mädchen bzw. Jungen, in denen sich auch im neuen Jahrtausend Formatierungen nach spezifischen Mustern, vermeintlich weiblicher und männlicher Verhaltenskonzepte, zeigen. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 164)

## 8. Untersuchungsdesign und Methoden

---

Die Untersuchung der Rolle und Wirkung von Kinderfilm und -fernsehen im Prozess des sozialen Wandels soll mittels aufeinander aufbauender Forschungsfragen, ausgehend von einer quantitativen Untersuchung erforscht werden.

Ziel der Untersuchung ist es herauszufinden, wie sich die Bedeutung von Kinderfilm und -fernsehen in den letzten 20 Jahren geändert hat und ob ein Zusammenhang zwischen dem sozialen Wandel der Gesellschaft und dem Medienverhalten der Kinder besteht.

Dabei wird die Altersgruppe der 8 bis 13 Jährigen (nach Piaget, siehe Theorie) untersucht und mit derselben Altersgruppe vor 20 Jahren verglichen.

Der Vergleich der Altersgruppen (8-9, 10-11, 12-13) dient dazu, Gemeinsamkeiten und Unterschiede (z.B. „Was finden die Heranwachsenden im Alter zwischen 8 und 13 Jahren cool?“) herauszukristallisieren.

Innerhalb der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit soll sich zeigen, welche Werte sich innerhalb des Zeitraums geändert haben oder gleich geblieben sind und was den Heranwachsenden heute im Kinderfilm und -fernsehen wichtig ist.

Neben den Lieblingsfilmen und Sendungen sollen die Inhalte anhand von kategorisierten Wertegruppen (siehe Theorie) analysiert werden.

Dabei spielen die Fragen: „Warum schaust du gerne Fernsehen?“ und „Welche Geschichten, Inhalte, oder Themen würdest du gern einmal als Film im Fernsehen oder Kino sehen?“, eine große Rolle.

Relevant herauszufinden ist auch, ob Fernsehen neben dem Internet in den letzten Jahren an Bedeutung verloren hat.

Den Ausgangspunkt für die folgenden formulierten Hypothesen stellt das Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“ und die schon vorhandenen Fragebögen der BewerberInnen der Kinderjury im Zeitraum von über 20 Jahren, dar.

Zusätzlich sollen Daten zum aktuellen Medienverhalten und Fernsehvorlieben der Kinder in Form von Interviews und einer Gruppendiskussion erfragt werden, um die quantitativen Methoden zu sichern und Vergleichsmaterial zu erhalten.

Durch die angewandten Methoden soll versucht werden, die subjektiven Sichtweisen der Kinder besser zu erfassen. Nach der Erhebung sollen die gewonnenen Daten erfasst, festgehalten und aufbereitet werden, um diese auszuwerten und zu einem repräsentativen Ergebnis zu gelangen.

Mit Hilfe des Programms SPSS soll die Datensammlung strukturiert und auf standardisierte Art und Weise codiert werden.

Die Erhebungsmethoden werden außerdem aus der Literaturrecherche, tagesaktuellen Informationen und Fachliteratur bestehen.

## **8.1 Ausformulierungen konkreter Forschungsfragen und Hypothesen**

---

Die Untersuchung der Rolle und Wirkung von Film und Fernsehen auf Kinder im Prozess des sozialen Wandels der letzten 20 Jahren soll mittels aufeinander aufbauender Forschungsfragen untersucht werden.

Den Ausgangspunkt für die im Folgenden formulierten Hypothesen stellt die in den vorangegangenen Kapiteln beschriebene Theorie dar.

## **I. Kino- und Fernsehkonsum**

---

- H1: Die Heranwachsenden gehen trotz seltener Nutzung gern ins Kino.*
- H2: Ältere Kinder gehen häufiger ins Kino, als Jüngere.*
- H3: Die meisten der Kinder sehen täglich fern.*
- H4: Jüngere Kinder schauen öfters Fernsehen, als Ältere.*
- H5: Kino- und Fernsehkonsum haben in den letzten Jahren abgenommen.*

## **II. Kino- und Spielfilme**

---

- H1: Filme für die ganze Familie (Family Entertainment) werden gegenüber Kinder- und Erwachsenenfilmen bevorzugt.*
- H2: Literaturverfilmungen werden gegenüber Originalstoffen bevorzugt.*
- H3: Ältere Kinder bevorzugen mehr Filme ab (FSK 12), als Jüngere.*
- H4: Realfilme werden gegenüber Animationsfilmen bevorzugt.*
- H5: Realfilme werden heute mehr bevorzugt, als Früher.*

## **III. Sendungen**

---

- H1: „Daily Soaps“ sind das beliebteste Format bei den Heranwachsenden.*
- H2: Ältere Kinder bevorzugen mehr „Daily Soaps“, als Jüngere.*
- H3: Realserien werden gegenüber Animationsserien bevorzugt.*
- H4: Realserien werden heute mehr bevorzugt, als Früher.*
- H5: Realserien werden mit zunehmendem Alter mehr bevorzugt.*

## **IV. Wunschinhalte**

---

- H1: Die Lieblingsliteratur zu verfilmen (Literaturverfilmungen) wird von den Heranwachsenden am häufigsten genannt.*
- H2: Wunschinhalte die, die Realität und den Alltag widerspiegeln werden häufiger erwähnt, als realitätsfremde Inhalte.*
- H3: Jungen erwähnen mehr Gewalt- und Actionfilme, als Mädchen.*

## **V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten**

---

*H1: Werte des sozialen Miteinanders und zur Stabilisierung des Gemeinwesens werden am Häufigsten genannt.*

*H2: Selbsterfahrungswerte scheinen mit zunehmendem Alter wichtiger.*

*H3: Die Nennung Hedonistischer Werte hat in den letzten 20 Jahren in Film und Fernsehen zugenommen.*

*H4: Mädchen bevorzugen andere Wertegruppen, als Jungen.*

*H5: Persönliche Werte sind den Heranwachsenden wichtiger als gesellschaftliche Werte.*

*H6: Heute werden persönliche Werte häufiger genannt als früher.*

*H7: Jüngere Kinder bevorzugen andere Wertegruppen als Ältere.*

## **VI. Internet**

---

*H1: Die meisten der Heranwachsenden nutzen das Internet.*

*H2: Das Internet wird häufiger genutzt, als Früher.*

*H3: Ältere Kinder nutzen häufiger das Internet als Jüngere.*

*H4: Durch die Zunahme der Internetnutzung, hat die Fernsehnutzung in den letzten Jahren abgenommen.*

## **VII. Goldener Spatz**

---

*H1: Die Kinder wurden durch die öffentlich rechtlichen Sender auf den „Goldenen Spatz“ am meisten aufmerksam.*

## 8.2 Untersuchungsgegenstand

---

Die Befragung ist die am meisten angewandte Methode der empirischen Sozialforschung. Zur Überkategorie der Befragung werden schriftliche Befragungen, wie die Fragebogenerhebung, gezählt.

Auch innerhalb der vorliegenden Forschungsarbeit wird der Fragebogen (Mitmach-Bogen) angewendet.

Der Mitmach-Bogen ist geeignet, da in kurzer Zeit viele Kinder erreicht werden können. Für alle Kinder wird seit 2001 der gleiche Fragebogen entwickelt. Die Jahrgänge 1999 und 1993 beinhalten noch nicht alle Fragen. Typisch für die angewandte Frageform ist die Verwendung von teils offenen und teils geschlossenen Fragen.

Eine offene Frage wird hauptsächlich dann eingesetzt, wenn keine Antwortalternativen vorgegeben werden oder wenn Interesse an selbst geäußerten Informationen besteht. Geschlossene Fragen haben standardisierte Antwortalternativen. Zu speziellen Fragen zählen demographische Daten, um die Kinder in Gruppen/Kategorien einzuteilen (beispielsweise Geschlecht oder Alter). Somit besteht die Möglichkeit, Aussagen nicht nur auf Basis aller Befragten, sondern auch für ausgewählte Teilgruppen zu generieren.

Den Ausgangspunkt für die formulierten Hypothesen stellt das Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“ und die schon vorhandenen Fragebögen (Mitmach-Bögen) der BewerberInnen der Kinderjury aus dem ganz deutschsprachigen Raum (Deutschland, Schweiz, Liechtenstein und Südtirol) im Zeitraum von fast 20 Jahren, dar.

Jedes Jahr treffen eine Vielzahl der Mitmach-Bögen im Deutschen Medienstiftung GOLDENER SPATZ-Büro in Gera ein.

Aus diesen zahlreichen Eingängen werden jedes Jahr 23 Kinder zwischen 9 und 13 Jahren ausgewählt, die dann sechs Tage lang Filme schauen und beurteilen dürfen. Die restlichen Mitmach-Bögen aus den Jahren werden aber nicht vernichtet, sondern gut archiviert.

Die Deutsche Medienstiftung GOLDENER SPATZ stellt für die empirische Studie einen geeigneten Dateneinblick zu Verfügung.

Somit liegt eine Grundgesamtheit von 154 Fragebögen vor.

- 33 Fragebögen- 2012
- 26 Fragebögen- 2005
- 33 Fragebögen- 2001
- 23 Fragebögen- 1999
- 6 Fragebögen- 1997
- 33 Fragebögen- 1993

Am Anfang jedes Mitmach-Bogen folgt eine kurze Erklärung darüber, was der GOLDENE SPATZ ist, dass Kinder zwischen 9 und 13 Jahren gesucht werden, bereit sind eine Woche Filme zu schauen und es sich zutrauen eine Woche mit anderen Kindern über die Filme zureden, um sich zu entscheiden und den Goldenen Spatz am Ende zu verleihen.

Was genau die Kinderjury ist, soll ebenfalls am Anfang für die Heranwachsenden verständlich gemacht werden. Danach folgt ein kurzer Hinweis zur Bewerbung und „los kann es mit dem Ausfüllen gehen“.

Die Fragebögen von 2001 bis 2012 sind identisch. Am Anfang werden die persönlichen Daten erhoben, da die Deutsche Medienstiftung GOLDENER SPATZ die Daten benötigt, um die ausgewählten Kinderjury's zu kontaktieren.

Aus Datenschutzgründen werden die Fragebögen anonymisiert und durchnummeriert:

- 2012 (Nr.1-33)
- 2005 (Nr. 100-125)
- 2001 (Nr. 201-233)
- 1999 (Nr. 301-323)
- 1997 (Nr. 401-406)
- 1993 ( Nr. 501-533)

Erfragt werden neben den persönlichen Daten, demographische Daten (Bundesland/Kanton/ Land, Schulart und Klasse) die für die vorliegende empirische Arbeit keinen Einfluss haben.

### 8. 3 Operationalisierung

---

Die gewonnenen Daten werden nach der Erhebung erfasst, festgehalten und aufbereitet. Mit Hilfe des Programms SPSS wird die Datensammlung strukturiert und auf standardisierte Art und Weise codiert. (die Codierung wird in einem Code-Buch festgehalten).

Diese eher technische Phase der Datenerfassung und -aufbereitung stellt die Vorstufe für die eigentliche Analyse dar.

Als Grundmenge werden alle befragten, 154 Kinder herangezogen.

Eine Unterteilung der Grundmenge erfolgt in drei folgenden Gruppen und ist nach dem Jahrgang auf Intervallskalenniveau festgehalten. (*JAHRNEU: 2012, 2005, 2001, 1999, 1997, 1993*)

Die Gliederung von Alter (Variable: Altersklasse) kann anhand der in der Befragung erhobenen Daten durchgeführt und im Datenblatt als verhältnisskalierte Variable gekennzeichnet werden. (*Codierung: 1 = 8 bis 9; 2 = 10 bis 11; 3 = 12 bis 13*).

Das Geschlecht (Variable: Sex) wird als dichotome Variable markiert. (*Codierung: 1= Mädchen und 2= Junge*)

#### ***I. Kino- und Fernsehkonsum***

---

Die *1. Frage* ist eine geschlossene Frage und lautet: „Gehst du gern in Kino?“.

Drei vorgegebene Antworten sind gegeben:

- Ja
- Nein
- Ich war noch nie im Kino

Wenn ja wie oft? \_\_\_\_\_ mal im Monat

- einmal im Monat
- nicht so oft



Die *Frage 1* wird mit der Variable *Kino*: 1=*Ja*, 2= *Nein* codiert und dadurch als dichotome Variable festgehalten.

Zur Kinohäufigkeit (Variable: *KIHFNEU*) erfolgt auf Rangskalenniveau eine Codierung von 1- 4. (1=*öfters*, 2= *einmal im Monat*, 3=*nicht so oft*, 4= *ich war noch nie im Kino*).

Die 4. *Frage*: „*Wie oft siehst Du fern?*“ ist ebenfalls eine geschlossene Frage mit zwei Antwortmöglichkeiten:

- jeden Tag
- nicht so oft

Die Fernsehhäufigkeit (*FernsehHfk* Codierung: 1=*jeden Tag*, 2= *nicht so oft*) wird als dichotome Variable festgehalten.

## **II. Kino- und Spielfilme**

---

Die 2. *Frage* (offene Fragestellung), welche Kinofilme besonders beeindruckten, soll zum Teil mit der 5. *Frage* zusammengefasst werden, die eine halbstandardisierte Fragestellung ist und lautet: „*Was guckst Du gern im Fernsehen?*“ (*Nenne je ein oder zwei Beispiele!*) Die Kategorien sind dabei vorgegeben.

- Spielfilme.....
- Serien/Reihen:.....
- Magazine:.....
- Andere Sendungen.....

Erwähnte Filme werden nach den Filmtiteln von 1-180 durchnummeriert, um sie in ihrer Gesamtheit zu erfassen und einen Überblick zu erhalten.

Dabei sollen sich bei der Auswertung die Gesamthäufigkeiten der Nennungen herauskristallisieren.

Die beliebtesten Filme (Kinofilme und Lieblingsspielfilme) werden als nominal skalierte Variablen gekennzeichnet und je nach Name der vorkommenden Häufigkeiten der Filme (*Variablen: KFILMHF1, KFILMHF2; Codierung: 1-180/ Variablen: FilmHfk3, FilmHfk4*) codiert.

### **III. Sendungen**

---

Es ist eine Mehrfachnennung (von max. 2) gegeben.

Die im Fragebogen vorgegebenen Kategorien (Serien/ Reihe, Magazine, Andere Sendungen) werden zu einer Variable „*Lieblingssendung*“ zusammengefasst.

Wie die Kinofilme und Lieblingsspielfilme sind die beliebtesten Sendungen (Variable: *Lieblingssendung*) auf Nominalskalenniveau festgehalten und je nach Name der Sendungen (*Variablen: SENDHF1, SENDHF2; Codierung: 1-65*) codiert. Mehrfachnennungen bis max. 4 werden ausgewertet.

#### **Genres**

Die Genres ergeben sich aus der Theorie und den Hypothesen, um zu sehen, ob in der jeweiligen Kategorie mehr Real- oder Animationsfilme genannt werden. Dabei soll nach den Filmtiteln geschaut werden, ob es sich um einen Real- oder Animationsfilm handelt.

Die Zuordnung erfolgt durch den Autor und standardisierte Kriterien werden im Code-Buch festgehalten.

Die Variable „*Filmgenre*“ bei den Kinofilmen (*Variablen: GENREHF1, GENREHF2*) und Lieblingsspielfilmen (*Variablen: GENREHF3, Variablen: GENREHF4; Codierung: 1= Realfilm, 2= Animationsfilm*) wird als dichotome Variable festgehalten. Auch das Sendungsgenre (*Variablen: SENDGEN1, SENDGEN2, Codierung: 1= Realfilm, 2= Animationsfilm*) soll als dichotome Variable gekennzeichnet werden. Bei allen Häufigkeitsermittlungen zu Genres sind Mehrfachnennungen (max. 2) gegeben.

#### **IV. Wunschinhalte**

---

Die 7. Frage (offene Fragestellung) heißt *“Welche Geschichten, Inhalte oder Themen würdest du gern einmal als Film im Fernsehen oder im Kino sehen?“*

Die Wunschinhalte der Kinder werden zusammengefasst und die 30 meistgenannten von 1 bis 30 durchnummeriert, um einen Überblick zu erhalten.

Aus den 30 meistgenannten Wunschinhalten der Kinder erfolgt eine Erfassung der dadurch implizierten Werte. Die Wunschinhalte beinhalten dabei Genres (siehe Code-Buch: z.B. Abenteuerfilme, Musikfilme, Animationsfilme) sowie auch Wünsche (Computerspiel verfilmen, Literatur verfilmen, Zukunftsperspektiven).

Die Wunschinhalte werden inhaltlich auf Nominalskalenniveau aufbereitet und mit den Zahlen von 1-30 codiert. (*1= Filmen mit Tieren bis 30= Kriegsfilme, siehe Code-Buch*).

Eine Mehrfachnennung (max. 3) ist gegeben. (INHALT1, INHALT2, INHALT3)

#### **V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten**

---

Die Frage 3 *„Was hat Dir an den Filmen gut gefallen?“* soll mit der Frage 6: *„Warum guckst du gerne Fernsehen?“* und der Frage 7: *„Welche Geschichten, Inhalte oder Themen würdest Du gern einmal als Film im Fernsehen oder im Kino sehen?“* in Zusammenhang mit Wertegruppen (siehe Theorie) gebracht werden.

Die beschriebenen Inhalte der Heranwachsenden sollen zu 6 verschiedenen Wertegruppen (Kategorien) zugeordnet werden, um zu sehen welche Wertegruppen sich am deutlichsten herauskristallisieren. Die Wertegruppen sind aus der Werteforschung adaptierte Werte und beinhalten verschiedene Werte die der jeweiligen Wertegruppe zuzuordnen sind.

Zusätzlich sollen sie als gesellschaftliche und persönliche Wertvorstellungen (siehe Theorie) zusammengefasst werden. Die Codierung wird im Code -Buch deutlich.

Die Eingabe der Wertekategorien (Wertegruppen) in Filmen (Filmgefallen/Variablen: WERTE1, WERTE2), (WarumFernsehen/ Variablen: WERTE3, WERTE4) und Wunschinhalte (Variablen: WUWERT1, WUWERT2) erfolgt auf Nominalskalenniveau und wird von 1-6 codiert. (1= Werte des sozialen Miteinanders, 2= Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens, 3= Hedonistische Werte, 4= Selbsterfahrungswerte, 5= Hegemoniewerte, 6= abstrakt-fundamentale Werte)

Außerdem wird zusätzlich noch eine Staffelung der dichotom skalierten „Relevanzwertgruppen“ (Filmgefallen/ RelevanzWertefk, WarumFernsehen/RELEV2), Wunschinhalte (WUREL3) vorgenommen (Codierung: 1= Persönlicher Wert, 2= Gesellschaftlicher Wert). Eine Mehrfachnennung (max.2) ist gegeben.

## **VI. Internet**

---

Die zwei letzten Fragen sind geschlossen.

9. Frage „Nutzt Du das Internet?“

- Ja
- Nein
- Nein, habe ich noch nie genutzt

Frage 9 wird als dichotome Variable (Internetnutzung Codierung: 1=Ja, 2= Nein) festgehalten.

Die Antwort: „Nein, habe ich noch nie genutzt!“ wird mit der Antwort 2= Nein, gleichgesetzt.

Wenn ja, wie häufig?

- täglich
- \_\_x pro Woche
- seltener

Die Internethäufigkeit (Variable: WEBHF) wird auf Rangskalenniveau festgehalten. (Codierung: 1= täglich, 2= 2-3x die Woche, 3= seltener, 4= nie)

## VII. Goldener Spatz

---

In der letzten, 10. geschlossenen Frage soll erhoben werden, wie auf den GOLDENEN SPATZ aufmerksam geworden wurde.

Dabei sind Mehrfachantworten gegeben:

- Fernsehen Sender\_\_\_\_\_ Sendung\_\_\_\_\_
- Zeitschrift Welche Zeitschrift? \_\_\_\_\_
- Internet Welche Web-Page? \_\_\_\_\_
- Anders Wie bzw. Wo? \_\_\_\_\_

Die Aufmerksamkeit auf den „Goldenen Spatz“ (SenderafmkskHfK) wird auf Nominalskalenniveau festgehalten und nach 6 Antwortkategorien codiert. (Variable: AfmkskZF, Codierung 1= öffentlich Rechtliche Sender, 2= Private Sender, 3= Zeitung, 4= Radio, 5= Internet, 6= Kino, 7= Familie/ Freund/ Schule)

Einige Fragen sind in früheren Jahren noch nicht erfasst. Folgende Änderungen ergaben sich:

- Die Mitmach-Bögen von 1999 und 1997 sind bis zur Frage 6 (Warum guckst du gerne Fernsehen?) identisch, 1993 fällt die Frage weg.
- 1999 ist die Frage 8 mit der Frage 7 (2001- 2012) *“Welche Geschichten, Inhalte oder Themen würdest du gern einmal als Film, im Fernsehen oder im Kino sehen?“* und die Frage 10 wie auf den GOLDENEN SPATZ aufmerksam geworden wurde, gleich. Die Jahrgänge 1993 und 1997 beinhalten die beiden Fragen noch nicht.
- 1999 (Frage 7), 1997 (Frage 7) und 1993 (Frage 10) kommt die Frage nach dem „Lieblingsschauspieler/In“ hinzu, die für die vorliegende Untersuchung unbeachtet gelassen werden soll.
- Die Fragen zur Internetnutzung fallen in allen drei Jahrgängen weg.

- 1993 weicht insofern ebenfalls von den anderen Mitmach-Bögen ab, in dem außerdem gefragt wird, ob die Heranwachsenden wissen, was ein Animationsfilm ist. Zusätzlich sei darauf hingewiesen, dass Fragen, welche für die vorliegende Arbeit keine Bedeutung haben, nicht codiert und ausgewertet werden.

## 9. Ergebnisdarstellung und Auswertung der erhobenen Daten

---

Mit dem Datenanalysesystem SPSS wurden die Daten statistisch (mittels Häufigkeitsanalysen) ausgewertet und teilweise inferenzstatistisch (v.a. Kruskal-Wallis-Test) abgesichert.

Im folgenden Kapitel sollen die Ergebnisse präsentiert werden. Die einzelnen Kapitel sind dabei so strukturiert, dass zunächst eine allgemeine Häufigkeiten- Statistik aufgeführt wird und anschließend mögliche Zusammenhänge bzgl. des Jahrgangs und des Alters (teilweise auch des Geschlechts) betrachtet werden. Sofern nicht anders aufgeführt, handelt es sich bei allen Zahlen um Häufigkeiten (i.d.R. Anzahl der Nennungen).

### 9.1 Allgemeine Häufigkeiten, Altersklassen, Jahrgänge

---

**Statistiken**

		Einteilung Alter	GS- Bewerbu ngsJahr
N	Gültig	154	154
	Fehlend	0	0

Tabelle 1 : Allgemeine Häufigkeiten

Insgesamt in die Auswertung eingeflossen sind 154 Fälle. Die folgende Kreuztabelle zeigt die Anzahl an teilnehmenden Kindern in den jeweiligen Jahren und Altersgruppen.

### Erhebungsjahr \* Einteilung Alter Kreuztabelle

Anzahl		Einteilung Alter			Gesamt
		8 bis 9	10-11	12-13	
Erhebungsjahr	1993	5	19	9	33
	1997	1	2	3	6
	1999	4	14	5	23
	2001	8	8	17	33
	2005	5	11	10	26
	2012	7	13	13	33
Gesamt		30	67	57	154

Tabelle 2 : Erhebungsjahre

## I. *Kino- und Fernsehkonsum*

### i. **Kino**

#### ***Beliebtheit Kino***

Alle Heranwachsenden (100%) gehen gern ins Kino.

#### Gehst du gern ins Kino?

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig ja	154	100,0	100,0	100,0

Tabelle 3 : Kinohäufigkeit

#### ***Kinohäufigkeit***

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Kinohäufigkeit über alle Jahrgänge.

Weniger als einmal gehen die Heranwachsenden im Monat (42%) ins Kino.

#### Kinohäufigkeit neu

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig öfters	40	26,0	26,0	26,0
einmal im Monat	49	31,8	31,8	57,8
nicht so oft	64	41,6	41,6	99,4
ich war noch nie im Kino	1	,6	,6	100,0
Gesamt	154	100,0	100,0	

Tabelle 4 : Kinohäufigkeit alle Jahrgänge

### ***Kinohäufigkeit in den verschiedenen Jahren***

In der folgenden Tabelle ist die Verteilung der Kinobesuche in den verschiedenen Jahren aufgeführt. Systematische Veränderungen lassen sich eher nicht erkennen. Im Abschnitt 9.4.1 wird dieser Eindruck statistisch abgesichert.

**Erhebungsjahr \* Kinohäufigkeit neu Kreuztabelle**

Anzahl		Kinohäufigkeit neu				Gesamt
		öfters	einmal im Monat	nicht so oft	ich war noch nie im Kino	
Erhebungsjahr	1993	14	1	17	1	33
	1997	1	5	0	0	6
	1999	8	6	9	0	23
	2001	6	15	12	0	33
	2005	6	9	11	0	26
	2012	5	13	15	0	33
Gesamt		40	49	64	1	154

Tabelle 5 : Verteilung der Kinohäufigkeit in verschiedenen Jahren

### ***Kinohäufigkeit in den verschiedenen Altersgruppen***

In der folgenden Tabelle ist die Verteilung der Kinobesuche in den verschiedenen Altersklassen aufgeführt. Systematische Veränderungen lassen sich eher nicht erkennen. Einzig auffällig ist, dass bei Älteren (12-13 Jahre) die Antwort „öfters“ im Schnitt häufiger gegeben wird als bei den Jüngeren.

Im Abschnitt 9.4.1 werden die Ergebnisse statistisch abgesichert.

**Einteilung Alter \* Kinohäufigkeit neu Kreuztabelle**

Anzahl		Kinohäufigkeit neu				Gesamt
		öfters	einmal im Monat	nicht so oft	ich war noch nie im Kino	
Einteilung	8 bis 9	5	12	13	0	30
Alter	10-11	14	20	32	1	67
	12-13	21	17	19	0	57
Gesamt		40	49	64	1	154

Tabelle 6 : Kinohäufigkeit, Einteilung Alter



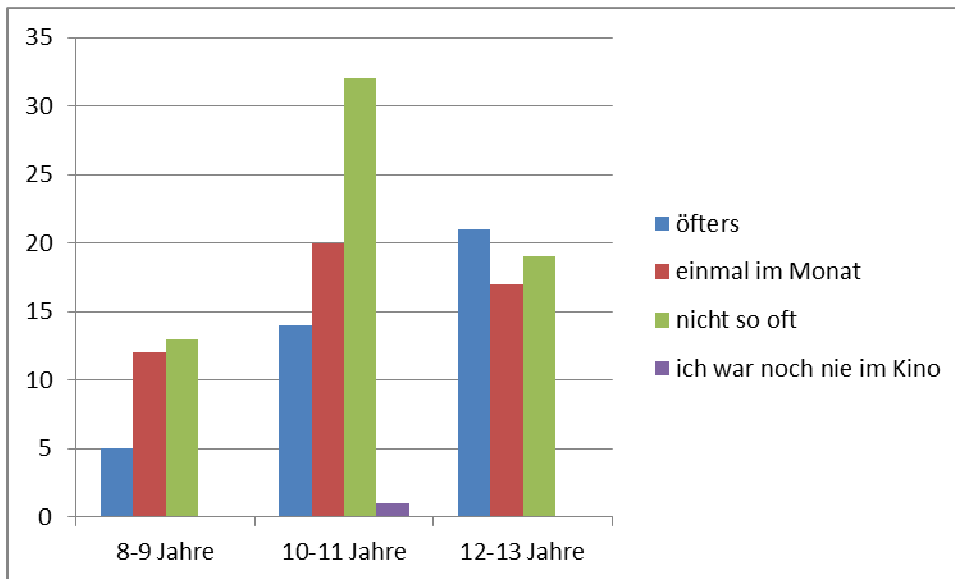


Tabelle 6a : Kinohäufigkeit, Einteilung Alter

## ii. Fernsehen

### *Fernsehhäufigkeit*

In der folgenden Tabelle sind die Antworthäufigkeiten zum Fernsehkonsum angegeben. 81% der Heranwachsenden sehen täglich fern.

#### Wie oft siehst du Fernsehen

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	jeden Tag	124	80,5	80,5	80,5
	nicht so oft	30	19,5	19,5	100,0
	Gesamt	154	100,0	100,0	

Tabelle 7 : Fernsehhäufigkeit

### *Fernsehkonsum in den verschiedenen Jahrgängen*

In der folgenden Tabelle ist der Fernsehkonsum über die verschiedenen Jahrgänge aufgeführt. Es liegen keine offensichtlichen Veränderungen über die Zeit (von 1993-2012) vor. Eine statistische Absicherung erfolgt unter *Punkt 9.4.1*

### Erhebungsjahr \* Wie oft siehst du Fernsehen Kreuztabelle

Anzahl		Wie oft siehst du Fernsehen		Gesamt
		jeden Tag	nicht so oft	
Erhebungsjahr	1993	26	7	33
	1997	4	2	6
	1999	20	3	23
	2001	28	5	33
	2005	19	7	26
	2012	27	6	33
Gesamt		124	30	154

Tabelle 7a : Fernsehhäufigkeit, Verteilung Erhebungsjahre

### Fernseh Häufigkeit abhängig vom Alter

In der folgenden Tabelle ist der Fernsehkonsum über die verschiedenen Altersklassen aufgeführt.

Es liegen keine offensichtlichen Unterschiede vor. Eine statistische Absicherung erfolgt unter *Punkt 9.4.1*

### Einteilung Alter \* Wie oft siehst du Fernsehen Kreuztabelle

Anzahl		Wie oft siehst du Fernsehen		Gesamt
		jeden Tag	nicht so oft	
Einteilung Alter	8 bis 9	25	5	30
	10-11	58	9	67
	12-13	41	16	57
Gesamt		124	30	154

Tabelle 8: Fernsehhäufigkeit nach Alter

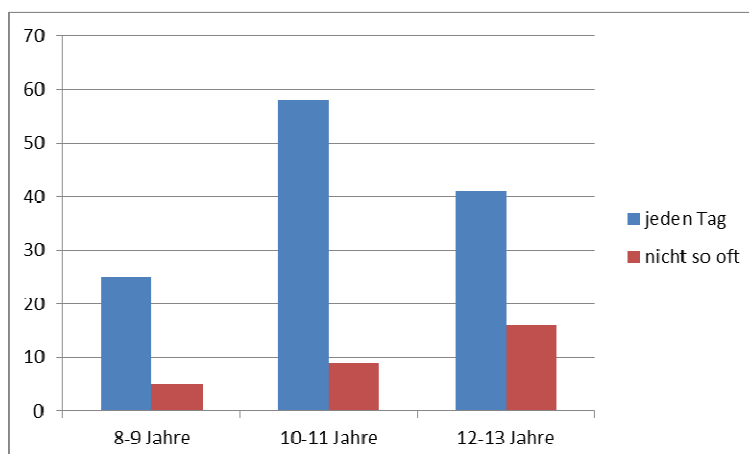


Tabelle 8a: Fernsehhäufigkeit nach Alter

### iii. Tests zu Kino- und Fernsehhäufigkeit

#### *Ist der Konsum abhängig vom Erhebungsjahr?*

Die angewendeten Tests sollen zeigen, ob eine Änderung im Laufe der Jahre vorliegt. Dazu wird der Kruskal-Wallis-Test angewendet, der die Abweichung von einem mittleren Rang (ob es eine Reihenfolge gibt) testet. Der Test mittels Chi-Quadrat ermittelt inhaltlich, ob der Konsum von Kino und Fernsehen in den letzten zwanzig Jahren systematisch zu bzw. abnimmt oder nicht?

Zu folgenden Ergebnissen führt der Test mittels Chi-Quadrat:

- Sowohl Kino- als auch Fernsehkonsum ändern sich nicht systematisch ( $p = .758$  und  $p = .741$ )
- Kinder und Jugendliche heute sehen weder mehr noch weniger fern und gehen nicht häufiger oder seltener ins Kino als vor 20 Jahren.

#### Ränge

	Erhebungsjahr	N	Mittlerer Rang
Kinohäufigkeit neu	1993	33	77,92
	1997	6	57,58
	1999	23	71,63
	2001	33	77,45
	2005	26	78,63
	2012	33	83,94
	Gesamt	154	
Wie oft siehst du Fernsehen	1993	33	78,83
	1997	6	88,17
	1999	23	72,54
	2001	33	74,17
	2005	26	83,23
	2012	33	76,50
	Gesamt	154	

Tabelle 9: Kinohäufigkeit nach Jahren

**Statistik für Test <sup>a,b</sup>**

	Kinohäufigkeit neu	Wie oft siehst du Fernsehen
Chi-Quadrat	2,621	2,735
df	5	5
Asymptotische Signifikanz	,758	,741

- a. Kruskal-Wallis-Test
- b. Gruppenvariable: Erhebungsjahr

Tabelle 10: Kinohäufigkeit, Tests

***Ist der Konsum abhängig vom Alter?***

Dazu wird ebenfalls der Kruskal-Wallis-Test angewendet, welcher die Abweichung von einem mittleren Rang (ob es eine Reihenfolge gibt) testet.

Sowohl bei Kino als auch bei Fernsehen lassen dich Tendenzen erkennen:

- Ältere gehen häufiger ins Kino, schauen aber etwas seltener fern. Beide Ergebnisse sind auf dem 5%-Niveau aber nicht signifikant ( $p=.071$ ,  $p=.113$ )

**Ränge**

	Einteilung Alter	N	Mittlerer Rang
Kinohäufigkeit neu	8 bis 9	30	82,07
	10-11	67	84,01
	12-13	57	67,44
	Gesamt	154	
Wie oft siehst du Fernsehen	8 bis 9	30	75,33
	10-11	67	72,84
	12-13	57	84,11
	Gesamt	154	

Tabelle 11: Vergleich Kinohäufigkeit, Fernsehhäufigkeit

**Statistik für Test <sup>a,b</sup>**

	Kinohäufigkeit neu	Wie oft siehst du Fernsehen
Chi-Quadrat	5,287	4,366
df	2	2
Asymptotische Signifikanz	,071	,113

- a. Kruskal-Wallis-Test
- b. Gruppenvariable: Einteilung Alter

Tabelle 12: Vergleich Kinohäufigkeit/ Fernsehhäufigkeit Tests

## II. *Kino- und Spielfilme*

---

### i. **Beliebte Filme**

Alle genannten Kino- und Spielfilme werden in der Auswertung als Gruppe "Filmhäufigkeit gesamt" zusammengefasst.

Die Häufigkeiten der Filme in allen vier Kategorien (KFILMHF1, KFILMHF2, FilmHfk3, FilmHfk4) über alle Jahrgänge zusammen zeigt die nachfolgende Tabelle.

### *Beliebte Spielfilme*

*die 5 am häufigsten genannten Filme:*

- Titanic (22 Nennungen)
- Kevin allein zu Haus /in New York (16 Nennungen)
- Ice Age – Die Dinosaurier sind los (16 Nennungen)
- Harry Potter (14 Nennungen)
- Star Wars (11 Nennungen)

Tabelle 13: die 5 am häufigsten genannten Filme

In der folgenden Tabelle sind alle Filme mit 5 und mehr Nennungen sowie deren Häufigkeit und relative Häufigkeit aufgeführt:

<b>Film</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>rel. Häufigkeit</b>
Harry Potter	14	3,0
Wickie (1 und 2) auf großer Fahrt	6	1,3
Star Wars	11	2,4
Ice Age und Die Dinosaurier sind los ( <i>zusammengefasst</i> )	16	3,4
Findet Nemo	6	1,3

Das fliegende Klassenzimmer	5	1,1
Die wilden Kerle	5	1,1
Drei Haselnüsse für Aschenbrödel	5	1,1
Titanic	22	4,7
Der Pferdeflüsterer	7	1,5
Pünktchen und Anton	6	1,3
Pokemon	5	1,1
Dr Dolittle	5	1,1
Das Doppelte Lottchen	5	1,1
Ein Schweinchen namens Babe	5	1,1
Amy und die Wildgänse	5	1,1
Mulan	9	1,9
Antz	5	1,1
Jumanji	6	1,3
Pippi Langstrumpf	6	1,3
Kevin allein zu Haus/New York	16	3,4
Hook	6	1,3
Die Schöne und das Biest	7	1,5
Die unendliche Geschichte	6	1,3

Tabelle 14: beliebtesten Filme

### **Die beliebtesten Filme von 1993-2012:**

#### ***1993:***

- Die Schöne und das Biest
- Kevin allein zu Haus /in New York
- Drei Haselnüsse für Aschenbrödel
- Die unendliche Geschichte

**1997:**

- König der Löwen
- Batman

**1999:**

- Titanic
- Mulan
- Amy und die Wildgänse
- Ein Schweinchen namens Babe
- Forrest Gump

**2001:**

- Ice Age – Die Dinosaurier sind los
- Titanic
- Kevin allein zu Haus /in New York
- Pünktchen und Anton
- Der Pferdeflüsterer
- Pokemon

**2005:**

- Harry Potter
- Findet Nemo
- Die wilden Kerle
- Plötzlich Prinzessin 2
- Die Unglaublichen
- Das fliegende Klassenzimmer

**2012:**

- Harry Potter
- Wickie (1 und 2)
- Star Wars
- Tim und Struppi
- Breaking Dawn

### ***Die 25 meistgenannten Filme im Altersvergleich***

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Häufigkeit der Nennungen im Altersvergleich. Bei vielen Filmen gibt es kaum Altersunterschiede, bei einzelnen Filmen lässt sich jedoch erkennen, dass sie von Älteren bevorzugt werden.

	<b>8-9 Jahre</b>	<b>10-11 Jahre</b>	<b>12-13 Jahre</b>
Titanic	1	8	13
Kevin allein zu Haus /in New York	4	7	5
Harry Potter	4	5	5
Star Wars	0	7	4
Ice Age	2	2	6
Mulan	3	6	0
Der Pferdeflüsterer	0	4	3
Die Schöne und das Biest	1	4	2
Wickie (1,2)	0	5	1
Ice Age	1	3	2
Findet Nemo	0	3	3
Pünktchen und Anton	1	1	4
Jumamnji	2	4	0
Pippi Langstrumpf	3	2	1
Hook	1	4	1
Die unendliche Geschichte	3	3	0
Das fliegende Klassenzimmer	2	1	2



Die wilden Kerle	1	2	2
Drei Haselnüsse für Aschenbrödel	0	4	1
Pokemon	1	2	2
Dr. Doolittle	2	2	1
Das doppelte Lottchen	1	2	2
Ein Schweinchen namens Babe	1	2	2
Amy und die Wildgänse	0	3	2

Tabelle 15: die 25 meistgenannten Filme im Altersvergleich

Die folgende Abbildung zeigt die Altersverteilung bei den Nennungen der 5 beliebtesten Filme:

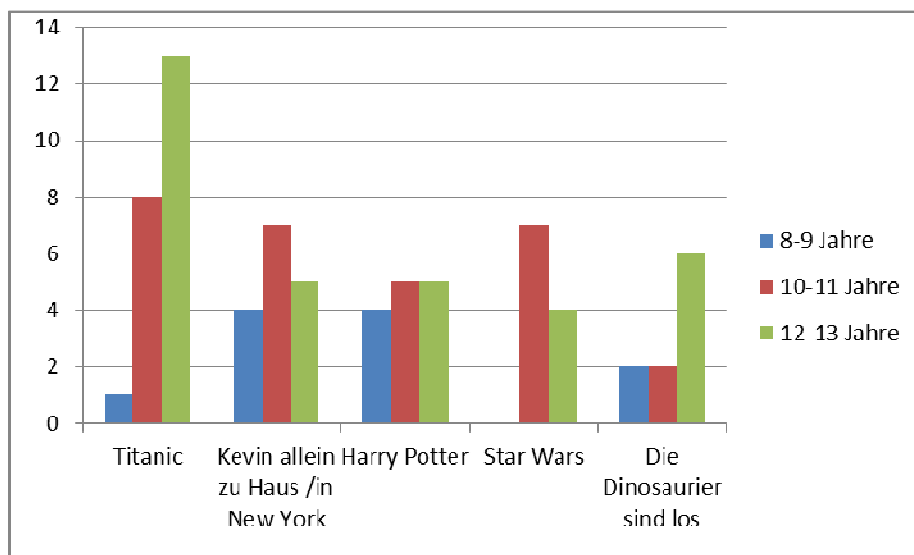


Tabelle 16: die 5 meistgenannten Filme im Altersvergleich

## ii. Filmgenre

Aus den verschiedenen Variablen der Filmgenres wird das Variablenset „*Filmgenre gesamt*“ erstellt.

Die Gesamthäufigkeiten werden über alle Jahrgänge zusammengefasst.

Zu 72% werden Realfilme genannt. Der Unterschied zwischen Real- und Animationsfilmen ist statistisch signifikant ( $\chi^2=87,26$ ,  $p<.01$ ).

### Filmgenre gesamt

Film	Häufigkeit	rel. Häufigkeit
<b>Realfilm</b>	332	71,7
<b>Animationsfilm</b>	131	28,3
Total responses	463	100,0

0 missing cases; 154 valid cases

Tabelle 17: Filmgenre gesamt

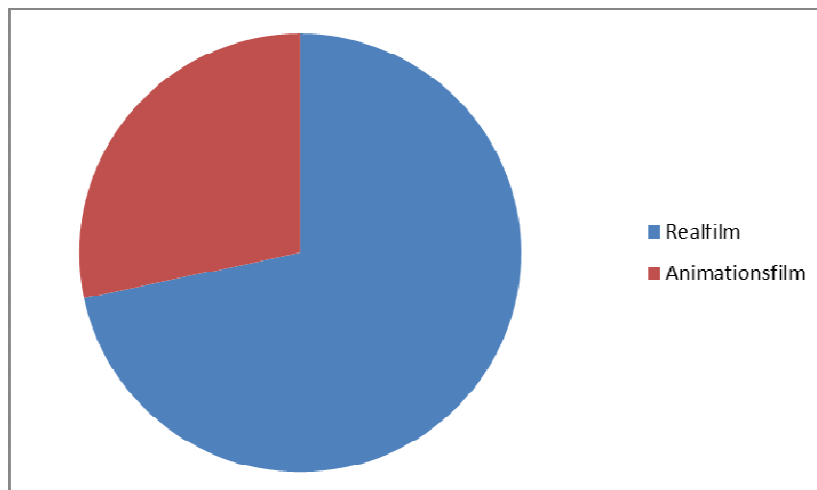


Tabelle 17a: Filmgenre gesamt, Kreidiagramm

### *Relative Häufigkeit der Filmgenre-Nennungen in den Jahren 1993-2012*

Bei der Betrachtung der Anteile von Real- und Animationsfilmen über die 6 Jahrgänge fallen keine wesentlichen Veränderungen über die Zeit auf.

	1993	1997	1999	2001	2005	2012
Realfilm	74,2	84,2	67,1	66,1	72,9	76,2
Animations-film	25,8	15,8	32,9	33,9	27,1	23,8

Tabelle 18: Filmgenre gesamt in den Jahren 1993-2012

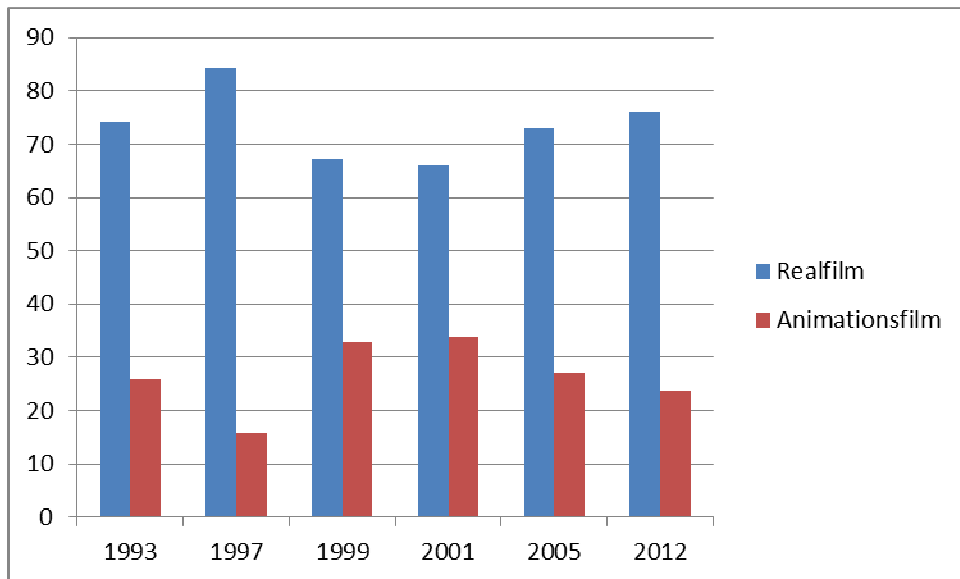


Tabelle 18a: Filmgenre gesamt in den Jahren 1993-2012, Säulendiagramm

### **III. Sendungen**

---

Aus den verschiedenen Variablen der Mehrfachnennungen wurde das Variablenset „*Lieblingssendung gesamt*“ erstellt (aus SENDHF1 und SENDHF2).

Im Folgenden werden die beliebtesten (am häufigsten genannten Sendungen) aufgeführt.

#### **i. Beliebte Sendungen**

##### ***Die beliebtesten Sendungen über alle Jahrgänge und Altersgruppen:***

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße (14,7%)
- Schloss Einstein (9,4%)
- Die Simpsons (7,6%)
- Löwenzahn (4,9%)
- Bill Cosby, Eine schrecklich nette Familie (4,5%)

Lieblingssendung gesamt

<b>Sendung</b>	<b>Häufigkeit</b>	<b>relative Häufigkeit</b>
Pfefferkörner	7	3,1
Die Simpsons	17	7,6
Schloss Einstein	21	9,4
GZSZ /Marienhof/Unter uns/Lindenstraße	33	14,7
Löwenzahn	11	4,9
Die Sendung mit der Maus	8	3,6
Pokemon/Dragonball/Sailormoon	8	3,6
Unser Lehrer Doktor Specht	6	2,7
Disney Club	5	2,2
Bill Cosby /Eine schrecklich nette Familie	10	4,5
Der Bergdoktor/ Forsthaus Falkenau	7	3,1

0 missing cases; 154 valid cases

Tabelle 19: Beliebte Sendungen

### **Lieblingssendung in den Jahrgängen:**

#### **1993:**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Bill Cosby, Eine schrecklich nette Familie
- Unser Lehrer Doktor Specht
- Disney Club
- Der Bergdoktor, Forsthaus Falkenau

#### **1997:**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- (für weitere Angaben zu wenig Teilnehmer)

#### **1999**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Die Simpsons
- Schloss Einstein

**2001**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Schloss Einstein
- Löwenzahn
- Pokemon, Dragonball, Sailormoon

**2005**

- Pfefferkörner
- Die Simpsons
- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Simalabim Sabrina
- Spongebob
- Disneys große Pause

**2012**

- Schloss Einstein
- Shake it up
- Die Simpsons
- Emmas Chatroom
- Meine Schwester Charly

***Beliebte Sendungen in Abhängigkeit von der Altersklasse***

Teilweise waren die Häufigkeiten sehr unterschiedlich verteilt. Kinder ab 10 Jahren tendierten eher zu Soaps wie GZSZ, Marienhof etc. (ebenso Schloss Einstein und Bill Cosby) und jüngere Kinder eher zu anderen Sendungen wie z.B. Löwenzahn oder japanischen Serien.

	<b>8-9 Jahre</b>	<b>10-11 Jahre</b>	<b>12-13 Jahre</b>
GZSZ / Marienhof/ Unter uns/ Lindenstraße	4	14	15
Schloss Einstein	3	9	9
Die Simpsons	0	8	9
Löwenzahn	5	2	4
Bill Cosby /Eine schrecklich nette Familie	2	2	6

Die Sendung mit der Maus	1	2	5
Pokemon /Dragonball /Sailormoon	4	3	1
Pfefferkörner	1	4	2
Der Bergdoktor/ Forsthaus Falkenau	2	3	2
Unser Lehrer Doktor Specht	2	4	0
Disney Club	0	4	1

Tabelle 20: Beliebte Sendungen in Abhängigkeit von der Altersklasse

## ii. Sendungsgenre

Zur Auswertung wurde ein Variablenstet aus den beiden Variablen zum Sendungsgenre erstellt (SENDGEN1 und SENDGEN2). Die Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle aufgeführt.

Realserien (77%) werden dabei deutlich häufiger genannt als Animationsserien (23%). Der Unterschied ist signifikant ( $\chi^2=64,86, p<.01$ )

### Sendungsgenre gesamt

	Häufigkeit	relative Häufigkeit
Realserie	171	77,0
Animationsserie	51	23,0

1 missing cases; 153 valid cases

Tabelle 21: Sendungsgenre Häufigkeiten

### *Sendungsgenre in Abhängigkeit vom Jahrgang*

Tendenziell schien der Anteil an den genannten Realserien bis 2005 eher abzunehmen, um dann wieder zuzunehmen.

	1993	1997	1999	2001	2005	2012
Realserie	91,5%	87,5%	74,3%	78,6%	51,4%	80,5%
Animationsserie	8,5%	12,5%	25,7%	21,4%	48,6%	19,5%

Tabelle 22: Sendungsgenre Häufigkeiten über Jahrgänge

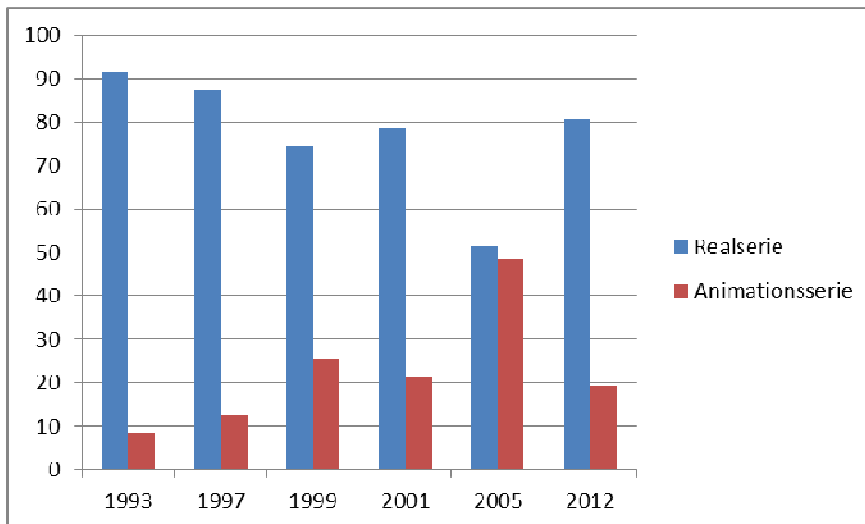


Tabelle 23a: Sendunggenre Häufigkeiten über Jahrgänge, Säulendiagramm

### *Sendunggenre in Abhängigkeit vom Alter*

Mit zunehmendem Alter scheint die Vorliebe für Realserien zuzunehmen. Während die 8-bis 9-jährigen zu 67% Realserien angeben, sind es bei 12-bis 13-jährigen 86%.

	<b>8-9 Jahre</b>	<b>10-11 Jahre</b>	<b>12-13 Jahre</b>
Realserie	29 (67%)	70 (74%)	72 (86%)
Animationsserie	14 (33%)	25 (26%)	12 (14%)

Tabelle 24: Sendunggenre in Abhängigkeit vom Alter

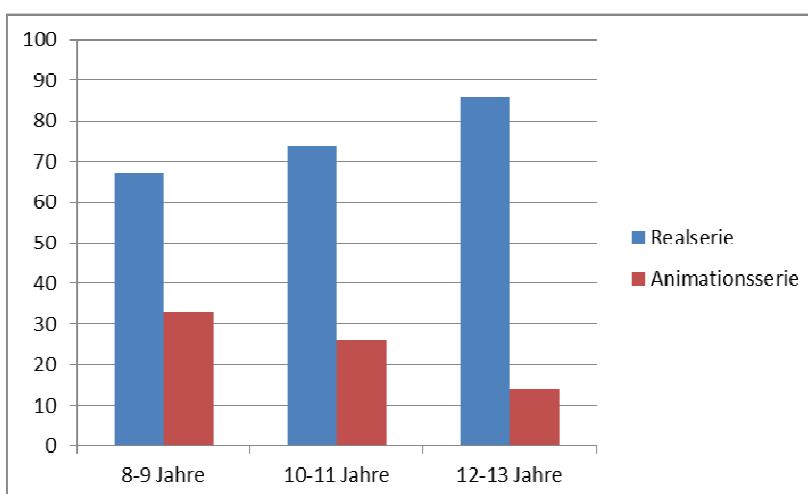


Tabelle 24a: Sendunggenre in Abhängigkeit vom Alter, Säulendiagramm

#### IV. *Wunschhalte*

---

Aus den drei Einzelvariablen (INHALT1, INHALT2, INHALT3) wurde das Variablenset „Inhalt Sendungen gesamt“ erstellt. Die folgende Tabelle führt alle genannten Kategorien und deren Häufigkeiten auf.

##### **i. Beliebte Wunschhalte**

Kategorie	Häufigkeit	rel. Häufigkeit
Filme mit Tieren	22	12,8
Idole (Musik, Schauspiel, Sport Literaturverfilmungen)	9	5,2
Wissenssendungen zu bestimmten Themen	29	16,9
Familiengeschichten	3	1,7
Liebesgeschichten	5	2,9
Zukunftsperspektiven	4	2,3
Fantasygeschichten/Zauberfilme	10	5,8
Dedektivgeschichten	4	2,3
Gruselgeschichten	2	1,2
Alltagsgeschichten (z.B. Arbeitsleben)	9	5,2
Lebensgeschichten (Biographien)	10	5,8
Ungerechtigkeiten z.B. in der Schule	2	1,2
Märchenfilme	1	,6
Abenteuerfilme	2	1,2
Science Fiction (Außerirdische, Ufos etc.)	5	2,9
Filme mit behinderten Kindern	1	,6
Kinderarmut	2	1,2
Freunde/Zusammenhalt	4	2,3
Animationsfilme	4	2,3
Krimi	1	,6
Katastrophenfilme	4	2,3
Computerspiel verfilmen	4	2,3
Actionfilme	1	,6



Technisch hochwertige Verfilmungen (3D)	2	1,2
Naturfilme	2	1,2
Musikfilme	2	1,2
Komödien	2	1,2
Kriegsfilme	1	,6

39 missing cases; 115 valid cases

Tabelle 25: Beliebte Wunschinhalte

### **Die beliebtesten Inhalte über alle Jahrgänge:**

- Literaturverfilmungen (17%)
- Filme mit Tieren (13%)
- Wissenssendungen zu bestimmten Themen (12%)

#### **1999:**

- Filme mit Tieren
- Alltagsgeschichten
- Literaturverfilmungen, Lebensgeschichten, Computerspielverfilmungen

#### **2012:**

- Filme mit Tieren
- Literaturverfilmungen
- Idole (Musik, Schauspiel, Sport), Wissenssendungen, Fantasy- Geschichten

### ***Wunschinhalte in Abhängigkeit vom Geschlecht***

Generell liegen zwischen den Geschlechtern keine großen Unterschiede vor (im Gegensatz zur Hypothese). Bei beiden Geschlechtern sind am beliebtesten Literaturverfilmungen. Jungen schauen etwas lieber Wissenssendungen, Mädchen dafür Filme über Idole und Fantasy- Geschichten.

## ***V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten***

---

Im Folgenden werden die Auswertungen zu den Werten vorgestellt.

Die Mehrfachantworten wurden zu diesem Zweck jeweils zu einem Variablenset zusammengestellt und insgesamt ausgewertet.

Zunächst wird auf Werte in den Filmen eingegangen, anschließend auf Werte in den Sendungen, danach auf Werte in den genannten Wunschinhalten und abschließend soll eine Betrachtung über alle genannten Wertekategorien (mit statistischen Absicherungen) erfolgen.

Aufgeführt sind jeweils wieder Tabellen und Abbildungen mit Anzahl der Nennungen.

### i. Werte in Kino- Spielfilmen

Mit Abstand werden am häufigsten hedonistische und abstrakt fundamentale Werte genannt.

*Werte in den Filmen:*

Wertekategorie	Häufigkeit	rel. Häufigkeit
Werte des sozialen Miteinanders	37	14,2
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesen	15	5,7
Hedonistische Werte	84	32,2
Selbsterfahrungswerte	32	12,3
Hegemoniewerte	15	5,7
abstrakte fundamentale Werte	78	29,9

0 missing cases; 154 valid cases

Tabelle 26: Werte in den Filmen

### **Relevanz in allen Gruppen**

Persönliche Werte werden etwas häufiger genannt als gesellschaftliche Werte.

#### RELEVANZ

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig Persönlicher Wert	88	57,1	57,1	57,1
Gesellschaftlicher Wert	66	42,9	42,9	100,0
Gesamt	154	100,0	100,0	

Tabelle 27: Relevanz- Werte

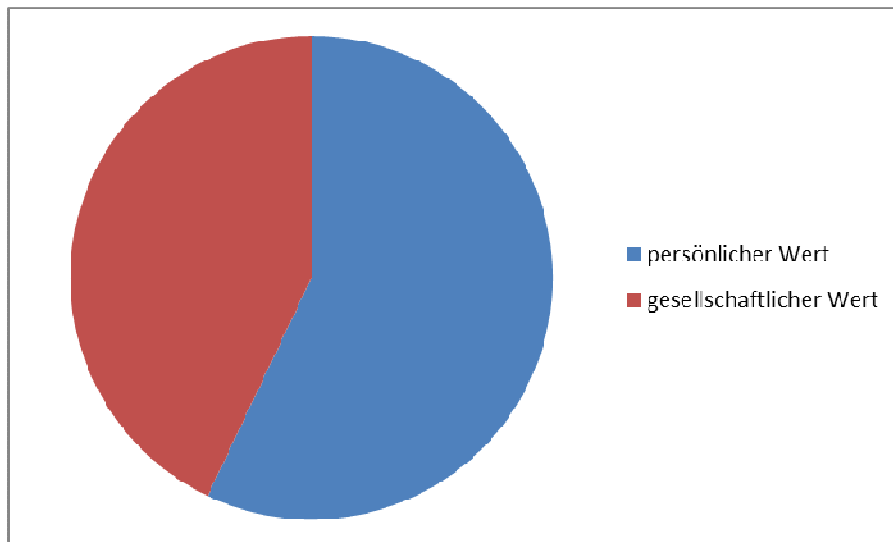


Tabelle 27a: Relevanz- Werte, Kreisdiagramm

### ***Werte in den Jahrgängen – Häufigkeit der Nennungen***

Im Laufe der letzten 20 Jahre scheint der Wert „Hedonismus“ an Bedeutung gewonnen zu haben.“

	Soziales Miteinander	Stabilisierung des Gemeinwesens	Hedonismus	Selbsterfahrung	Hegemonie	Abstrakt fundament.	N
1993	11	3	9	8	8	15	33
1997	1	0	5	2	0	3	6
1999	9	4	10	2	2	14	23
2001	7	3	19	7	2	17	33
2005	6	2	17	8	2	14	26
2012	3	3	24	5	1	15	33

Tabelle 28: Werte in den Jahrgängen – Häufigkeit der Nennungen

### **Werte in den Altersklassen – Häufigkeit der Nennungen**

Es liegen keine deutlichen Unterschiede der Werte in Altersklassen vor.

	Soziales Miteinander	Stabilisierung des Gemein- wesens	Hedonismus	Selbst- erfahrung	Hegemonie	Abstrakt funda- mental	N
8-9 Jahre	1	8	3	17	7	14	30
10-11 Jahre	2	16	7	36	14	34	67
12-13 Jahre	3	13	5	31	11	30	57

Tabelle 29: Werte in den Altersklassen

### **Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang und von Altersklasse**

Die Ergebnisse zeigen, dass vor etwa 20 Jahren ein ausgeglichenes Verhältnis von persönlichen und gesellschaftlichen Werten herrschte. Vor zehn Jahren überwogen gesellschaftliche Werte und heute ist deutlich eine Tendenz zu persönlichen Werten – und zwar generell weitgehend unabhängig vom Alter – erkennbar.

**RELEVANZ \* Erhebungsjahr \* Einteilung Alter Kreuztabelle**

Anzahl			Erhebungsjahr						Gesamt
			1993	1997	1999	2001	2005	2012	
8 bis 9	RELEVANZ	Persönlicher Wert	3	0	3	4	3	7	20
		Gesellschaftlicher Wert	2	1	1	4	2	0	10
		Gesamt	5	1	4	8	5	7	30
10-11	RELEVANZ	Persönlicher Wert	11	0	4	2	9	10	36
		Gesellschaftlicher Wert	8	2	10	6	2	3	31
		Gesamt	19	2	14	8	11	13	67
12-13	RELEVANZ	Persönlicher Wert	4	1	3	6	8	10	32
		Gesellschaftlicher Wert	5	2	2	11	2	3	25
		Gesamt	9	3	5	17	10	13	57

Tabelle 30: Werte in den Altersklassen nach Jahren

Das folgende Balkendiagramm zeigt die Verhältnisse (absolute Häufigkeiten) der genannten persönlichen und gesellschaftlichen Werte in Abhängigkeit vom Jahr.

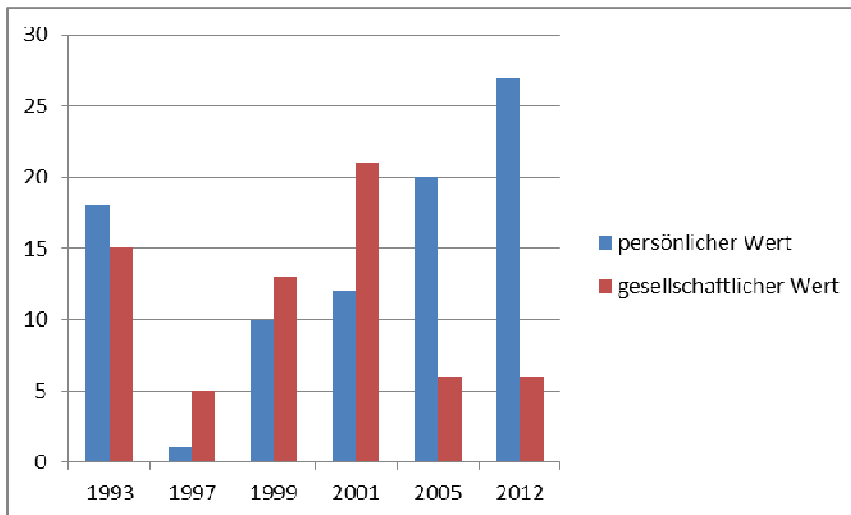


Tabelle 30a: Werte in den Altersklassen nach Jahren, Balkendiagramm

## ii. Werte in Sendungen

### *Häufigkeit der Werte in Sendungen*

Das Ergebnis zeigt, dass mit großem Abstand v.a. hedonistische und Selbsterfahrungswerte genannt werden. Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens werden bei Sendungen gar nicht genannt.

### *Werte in Sendungen gesamt:*

Wertekategorie	Häufigkeit	rel. Häufigkeit
Werte des sozialen Miteinanders	6	3,1
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesen	0	0,0
Hedonistische Werte	86	44,6
Selbsterfahrungswerte	80	41,5
Hegemoniewerte	1	,5
abstrakt fundamentale Werte	20	10,4

33 missing cases; 121 valid cases

Tabelle 31: Werte in Sendungen gesamt

### ***Sendungswerte in den einzelnen Jahrgängen (außer 1993)***

Es sind keine Tendenzen zu Veränderungen über die Zeit erkennbar.

	1997	1999	2001	2005	2012
Werte des sozialen Miteinanders	0	1	2	3	0
Hedonistische Werte	6	15	27	13	25
Selbsterfahrungswerte	1	16	28	17	18
Hegemoniewerte	0	0	0	1	0
Abstrakt fundamentale Werte	3	5	1	5	6

Tabelle 32: Sendungswerte in den einzelnen Jahrgängen

### ***Sendungswerte in den Altersklassen***

Die Selbsterfahrungswerte scheinen mit zunehmendem Alter wichtiger zu werden.

	8-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre
Werte des sozialen Miteinanders	0	5	1
Hedonistische Werte	20	31	35
Selbsterfahrungswerte	14	29	37
Hegemoniewerte	0	0	1
Abstrakt fundamentale Werte	3	8	9

Tabelle 33: Sendungswerte in den Altersklassen

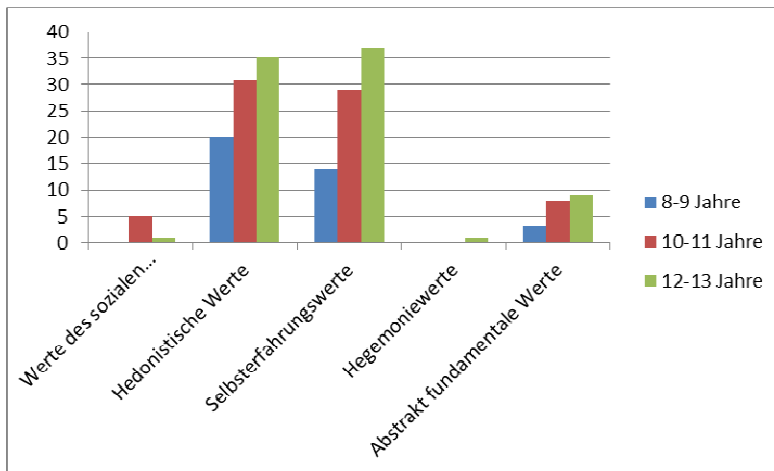


Tabelle 34: Sendungswerte in den Altersklassen, Balkendiagramm

### Relevanz bei Sendungen

Persönliche Werte (Nennung zu 91,6%) sind den Heranwachsenden insgesamt sehr viel wichtiger als gesellschaftliche Werte.

#### RELEV2

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Persönlicher Wert	109	70,8	91,6	91,6
	Gesellschaftlicher Wert	10	6,5	8,4	100,0
	Gesamt	119	77,3	100,0	
Fehlend	System	35	22,7		
Gesamt		154	100,0		

Tabelle 35: Relevanz- Werte bei Sendungen

### Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang

Es zeigt sich ein gleiches Ergebnis wie bei den Filmen. Vor 20 Jahren waren persönliche und gesellschaftliche Werte etwa ausgeglichen, vor 10 Jahren überwogen gesellschaftliche Werte und in den letzten Jahren ist eine Tendenz zu persönlichen Werten bemerkbar.

#### RELEVANZ \* Erhebungsjahr Kreuztabelle

Anzahl	Erhebungsjahr						Gesamt
	1993	1997	1999	2001	2005	2012	
RELEVAN Persönlicher Wert	18	1	10	12	20	27	88
Gesellschaftlicher	15	5	13	21	6	6	66
Gesamt	33	6	23	33	26	33	154

Tabelle 36: Relevanz- Werte bei Sendungen nach Jahren

**Relevanz in Abhängigkeit von Altersklasse**

Ebenfalls parallel zum Ergebnis der Werte in Filmen zeigt sich kein klarer Zusammenhang mit dem Alter.

**RELEVANZ \* Einteilung Alter Kreuztabelle**

Anzahl		Einteilung Alter			Gesamt
		8 bis 9	10-11	12-13	
RELEVANZ	Persönlicher Wert	20	36	32	88
	Gesellschaftlicher Wert	10	31	25	66
Gesamt		30	67	57	154

Tabelle 37: Relevanz- Werte bei Sendungen in Abhängigkeit vom Alter

**iii. Werte in Wunschinhalten**

**Häufigkeiten der Werte in Wunschinhalten**

Am wichtigsten sind Selbsterfahrungswerte, dann abstrakt fundamentale Werte und Werte des sozialen Miteinanders.

*Wunschinhalt Werte gesamt:*

Wertekategorie	Häufigkeit	rel. Häufigkeit
Werte des sozialen Miteinanders	32	19,2
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesen	20	12,0
Hedonistische Werte	11	6,6
Selbsterfahrungswerte	50	29,9
Hegemoniewerte	10	6,0
abstrakte fundamentale Werte	44	26,3
Total responses	167	100,0

39 missing cases; 115 valid cases

Tabelle 38: Wunschinhalt Werte gesamt



### ***Wunschhalte in Abhängigkeit vom Jahrgang***

Die Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens scheinen abzunehmen, Selbsterfahrungs- und abstrakt-fundamentale Werte scheinen etwas zuzunehmen.

	1999	2001	2005	2012
Werte des sozialen Miteinanders	8	9	7	8
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens	7	8	5	0
Hedonistische Werte	2	4	3	2
Selbsterfahrungs- werte	9	14	9	18
Hegemoniewerte	5	4	0	1
Abstrakt fundamentale Werte	5	16	13	10

Tabelle 39: Wunschhalte in Abhängigkeit vom Jahrgang

### ***Werte der Wunschhalte in den Altersklassen***

Die Selbsterfahrungs-  
werte werden mit zunehmendem Alter im Vergleich zu anderen  
Werten wichtiger.

	<b>8-9 Jahre</b>	<b>10-11 Jahre</b>	<b>12-13 Jahre</b>
Werte des sozialen Miteinanders	6	15	11
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens	4	6	10
Hedonistische Werte	1	5	5
Selbsterfahrungs- werte	10	19	21
Hegemoniewerte	0	6	4
Abstrakt fundamentale Werte	11	18	15

Tabelle 40: Werte der Wunschhalte in den Altersklassen

### ***Relevanz der Wunschhalte – allgemein***

Persönliche Werte sind wichtiger (70,4 %) als gesellschaftliche Werte (29,6 %).

**WUREL3**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Persönlicher Wert	81	52,6	70,4	70,4
	Gesellschaftlicher Wert	34	22,1	29,6	100,0
	Gesamt	115	74,7	100,0	
Fehlend	System	39	25,3		
	Gesamt	154	100,0		

Tabelle 41: Relevanz der Wunschinhalte

***Relevanz der Wunschinhalte in Abhängigkeit vom Alter und Jahr***

Persönliche Werte scheinen im Laufe der letzten 20 Jahre etwas wichtiger geworden zu sein, jedoch ist kein Alterseffekt erkennbar.

Erhebungsjahr \* WUREL3 \* Einteilung Alter Kreuztabelle

Anzahl			WUREL3		Gesamt
			Persönlicher Wert	Gesellschaftlicher Wert	
Einteilung Alter					
8 bis 9	Erhebungsjahr	1999	2	2	4
		2001	5	3	8
		2005	4	1	5
		2012	6	1	7
	Gesamt		17	7	24
10-11	Erhebungsjahr	1999	11	3	14
		2001	4	4	8
		2005	9	2	11
		2012	8	5	13
	Gesamt		32	14	46
12-13	Erhebungsjahr	1999	3	2	5
		2001	11	6	17
		2005	8	2	10
		2012	10	3	13
	Gesamt		32	13	45

Tabelle 42: Relevanz der Wunschinhalte in Abhängigkeit vom Alter und Jahre

**iv. Wertebetrachtung gesamt (über alle 6 Wertvariablen)**

Aus den vergangenen Abschnitten geht hervor, dass in den einzelnen Fragebogenbereichen, in denen Werte zum Ausdruck kommen, ähnliche Ergebnisse resultieren. Es liegt also nahe, dass die aufgeführten Werte inhaltlich ähnliche Bereiche messen. Daher sollen in diesem Abschnitt noch einmal alle Werte zusammengefasst betrachtet werden, um zu einem repräsentativen Ergebnis zu gelangen.

Ein Variablenset wurde daher aus allen 6 Werten erstellt. (WERTE1-WERTE4, WUWERT1-WUWERT2, WUINH1, WUINH2).

Ein zweites Variablenset wird aus den drei erfassten „Relevanzvariablen“ erstellt. Statistisch werden die Ergebnisse mithilfe von Chi2-Tests abgesichert und per Hand berechnet. (aufgrund der komplizierten Datenstruktur durch Mehrfachantworten in SPSS nicht ohne weiteres möglich). Aufgrund dessen lassen sich die p-Werte nicht näher bestimmen. Zugrunde gelegt sind bei allen Testungen wegen der Vergleichbarkeit über die Gruppen (Jahrgänge, Alter, Geschlecht) die relativen Häufigkeiten.

### **Wertnennungen gesamt**

Wie in der folgenden Tabelle aufgeführt, werden am häufigsten hedonistische Werte genannt, anschließend Selbsterfahrungswerte und abstrakt fundamentale Werte.

Werte gesamt

<b>Wertekategorie</b>		<b>Häufigkeit</b>	<b>rel. Häufigkeit</b>
Werte des sozialen Miteinanders		75	12,1
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens		35	5,6
Hedonistische Werte		181	29,1
Selbsterfahrungswerte		162	26,1
Hegemoniewerte		26	4,2
abstrakte fundamentale Werte		142	22,9
Total responses	621	100,0	

0 missing cases; 154 valid cases

Tabelle 43: Wertnennungen gesamt

Die Verteilung der Werte ergibt  $\chi^2=216,35$  und ist auf dem 1%-Niveau signifikant.

### **Werte in Abhängigkeit vom Jahrgang**

In der folgenden Tabelle werden die Werte für die einzelnen Jahrgänge separat aufgeführt. In der letzten Spalte finden sich jeweils die Teststatistiken mit der Überprüfung, ob sich der jeweilige Wert im Laufe der Jahre geändert hat.

Die erste Prüfgröße gibt dabei an, ob es über alle 6 Werte überzufällige Abweichungen von der mittleren Häufigkeit gibt; die zweite Prüfgröße gibt den Vergleich von 1993 und 2012 an.

Es zeigt sich ein starker Anstieg von hedonistischen und Selbsterfahrungswerten und ein deutlicher Rückgang von Hegemoniewerten und Werten des sozialen Miteinanders.

	1993	1997	1999	2001	2005	2012	Ges.	Statistik
Werte des sozialen Miteinanders	11 (20%)	1 (5%)	18 (16%)	18 (11%)	16 (13%)	11 (8%)	75	$X^2=12,0$ 6** $X^2=5,14$ **
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens	3 (6%)	0	11 (10%)	11 (7%)	7 (6%)	3 (2%)	35	$X^2=12,5$ 4** $X^2=2,00$
Hedonistische Werte	9 (17%)	11 (52%)	27 (24%)	50 (30%)	33 (26%)	51 (37%)	181	$X^2=24,1$ 2*** $X^2=7,40$ ***
Selbsterfahrungswerte	8 (15%)	3 (14%)	27 (24%)	49 (29%)	34 (27%)	41 (29%)	162	$X^2=10,1$ 7* $X^2=4,46$ **
Hegemoniewerte	8 (15%)	0	7 (6%)	6 (4%)	3 (2%)	2 (1%)	26	$X^2=32,4$ 0*** $X^2=12,2$ 5***
Abstrakt fundamentale Werte	15 (28%)	6 (29%)	24 (21%)	34 (20%)	32 (26%)	31 (22%)	142	$X^2=6,04$ $X^2=0,72$
<i>gesamt</i>	54 (100%)	21 (100%)	11 4 (100%)	16 8 (100%)	12 5 (100%)	13 9 (100%)	621	

154 valid cases; 0 missing cases

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 44: Werte in Abhängigkeit vom Jahrgang

### ***Werte in Abhängigkeit vom Alter***

In der folgenden Tabelle sind die Werte in Abhängigkeit der Altersklasse aufgeführt.

In der letzten Spalte befinden sich jeweils die Teststatistiken mit der Überprüfung, ob sich die jeweiligen relativen Häufigkeiten signifikant voneinander unterscheiden. In der aufgeführten Tabelle sind keine Altersunterschiede sichtbar, keine der Prüfgrößen wird signifikant.

	8-9 Jahre	10- 11 Jahre	12-13 Jahre	gesa mt	Statist ik
Werte des sozialen Miteinanders	14 (11%)	36 (14%)	25 (10%)	75	X <sup>2</sup> =0, 75
Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens	7 (6%)	13 (5%)	15 (6%)	35	X <sup>2</sup> =0, 12
Hedonistische Werte	38 (31%)	72 (28%)	71 (29%)	181	X <sup>2</sup> =0, 10
Selbsterfahrungswerte	31 (25%)	62 (24%)	69 (28%)	162	X <sup>2</sup> =0, 34
Hegemoniewerte	4 (3%)	12 (5%)	10 (4%)	26	X <sup>2</sup> =0, 50
Abstrakt fundamentale Werte	28 (23%)	60 (24%)	54 (22%)	142	X <sup>2</sup> =0, 09
gesamt	122 (100%)	255 (100%)	244 (100%)	621	

154 valid cases; 0 missing cases

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=0.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=0.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=0.10$

Tabelle 45: Werte in Abhängigkeit vom Alter

### ***Werte in Abhängigkeit vom Geschlecht***

In der folgenden Tabelle sind die Nennungen der Werte getrennt für Mädchen und Jungen aufgeführt. Einige leichte Tendenzen sind erkennbar, die Ergebnisse werden – wie in der letzten Spalte aufgeführt – jedoch nicht signifikant.

	weiblich	männlich	gesamt	Statistik
Werte des sozialen Miteinanders	47 (14%)	28 (10%)	75	X <sup>2</sup> =0,6 6
Werte zur Stabilisierung des	26	9 (3%)	35	X <sup>2</sup> =1,5

Gemeinwesens	(8%)			6
Hedonistische Werte	96 (28%)	85 (30%)	181	X <sup>2</sup> =0,0 7
Selbsterfahrungswerte	91 (27%)	71 (25%)	162	X <sup>2</sup> =0,0 8
Hegemoniewerte	10 (3%)	16 (6%)	26	X <sup>2</sup> =0,8 2
Abstrakt fundamentale Werte	70 (21%)	72 (26%)	142	X <sup>2</sup> =0,5 3
gesamt	340 100%)	281 (100%)	621	

154 valid cases; 0 missing cases

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 46: Werte in Abhängigkeit vom Geschlecht

### ***Relevanz gesamt***

In der folgenden Tabelle werden sämtliche Relevanz-Variablen zusammengefasst dargestellt. Dabei fällt auf, dass persönliche Werte häufiger genannt werden als gesellschaftliche Werte. Für die aufgeführte Statistik ergibt sich  $X^2=76,70$ , woraus  $p<.01$  folgt. Das Ergebnis ist demnach signifikant.

### *Relevanz gesamt:*

Wertekategorie	Häufigkeit	rel. Häufigkeit
Persönlicher Wert	278	71,6
Gesellschaftlicher Wert	110	28,4
Total responses	388	100,0

0 missing cases; 154 valid cases

Tabelle 47: Werte- Relevanz gesamt

### ***Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang***

Die folgende Tabelle gibt die Häufigkeit der Nennungen in Abhängigkeit vom Jahr wieder.

In der letzten Spalte finden sich die Statistiken, der obere Wert für die Abweichungen bzgl. aller Werte, der jeweils untere Wert für den Vergleich von 1993 zu 2012. Während vor 20 Jahren noch recht ausgeglichen persönliche und gesellschaftliche Werte genannt wurden, sind es heute zu etwa 80% persönliche Werte. Alle Statistiken sind signifikant.

	1993	1997	1999	2001	2005	2012	Statistik
Persönliche Werte	18 (55%)	7 (58%)	46 (67%)	61 (62%)	66 (85%)	80 (82%)	X <sup>2</sup> =11,61 ** X <sup>2</sup> =5,32* *
Gesellschaftliche Werte	15 (45%)	5 (42%)	23 (33%)	37 (38%)	12 (15%)	18 (18%)	X <sup>2</sup> =24,84 *** X <sup>2</sup> =11,57 ***

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 48: Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang

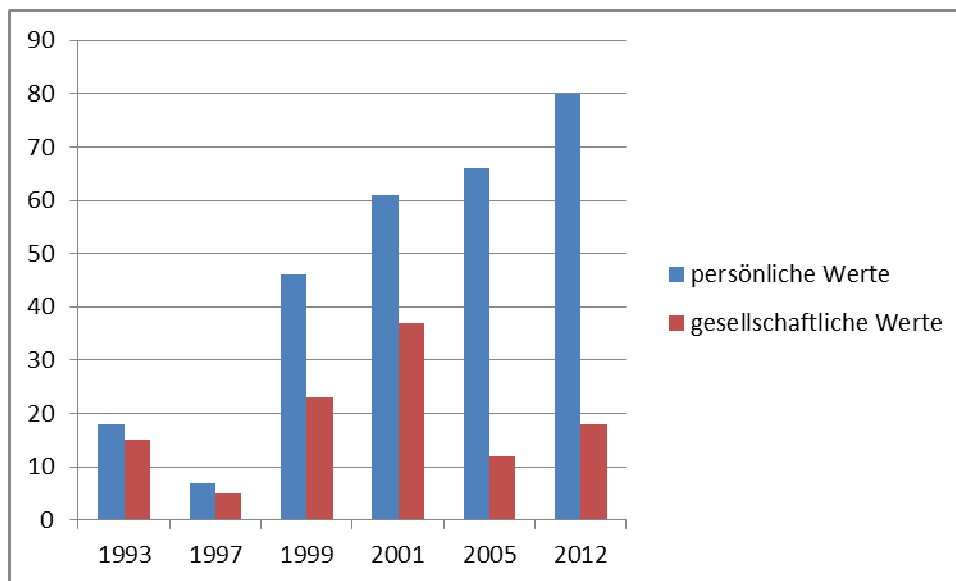


Tabelle 48a: Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang, Balkendiagramm

### ***Relevanz in Abhängigkeit vom Alter***

Die folgende Tabelle zeigt die Nennungen von persönlichen und gesellschaftlichen Werten in Abhängigkeit vom Alter.

In der letzten Spalte befinden sich wiederum die Statistiken. Bei gesellschaftlichen Werten gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen.

	8-9 Jahre	10- 11 Jahre	12- 13 Jahre	Statistik
Persönliche Werte	60 (76%)	109 (69%)	278 (87%)	X <sup>2</sup> =2,13
Gesellschaftliche Werte	19 (24%)	50 (31%)	41 (13%)	X <sup>2</sup> =7,26 **

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 49: Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Alter

### ***Relevanz in Abhängigkeit vom Geschlecht***

Die folgende Tabelle zeigt die Nennung von persönlichen und gesellschaftlichen Werten in Abhängigkeit vom Geschlecht. In der letzten Spalte sind wiederum die Statistiken aufgeführt. Es sind keine Geschlechtseffekte erkennbar.

	weiblich	männlich	Statistik
Persönliche Werte	155 (72%)	123 (71%)	X <sup>2</sup> =0,01
Gesellschaftliche Werte	60 (28%)	50 (29%)	X <sup>2</sup> =0,02

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 50: Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Geschlecht

## ***VI. Internet***

---

### ***Internetnutzung ja /nein***

Die folgende Tabelle zeigt, wie viele Heranwachsende angeben, das Internet zu nutzen. 85 % der Grundgesamtheit nutzen demnach das Internet.



### Nutzt du das Internet?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	77	50,0	84,6	84,6
	nein	14	9,1	15,4	100,0
	Gesamt	91	59,1	100,0	
Fehlend	System	63	40,9		
Gesamt		154	100,0		

Tabelle 51: Internetnutzung

### *Häufigkeit Internetnutzung gesamt*

Folgende Tabelle zeigt die Häufigkeit der Internetnutzung, über alle Jahre und Altersklassen summiert. Die Verteilung von Heranwachsenden, die das Internet täglich, mehrmals pro Woche oder seltener nutzen, ist etwa gleich. Von 14 % der Heranwachsenden wurde das Internet noch nie genutzt.

### Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	täglich	25	16,2	29,1	29,1
	2-3x pro Woche	22	14,3	25,6	54,7
	seltener	27	17,5	31,4	86,0
	noch nie genutzt	12	7,8	14,0	100,0
	Gesamt	86	55,8	100,0	
Fehlend	System	68	44,2		
Gesamt		154	100,0		

Tabelle 52: Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung gesamt

### *Internetnutzung in Abhängigkeit von Jahrgang und Alter*

Die Internetnutzung scheint im Laufe der letzten 10 Jahre über alle Altersklassen hinweg zugenommen zu haben. Klare Abhängigkeiten vom Alter sind nicht erkennbar.

**Erhebungsjahr \* Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet? \* Einteilung Alter Kreuztabelle**

Anzahl

Einteilung Alter			Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?				Gesamt
			täglich	2-3x pro Woche	seltener	noch nie genutzt	
8 bis 9	Erhebungsjahr	2001	0	1	3	2	6
		2005	0	2	1	0	3
		2012	5	2	0	0	7
	Gesamt	5	5	4	2	16	
10-11	Erhebungsjahr	2001	0	0	5	1	6
		2005	4	0	6	1	11
		2012	2	4	6	1	13
	Gesamt	6	4	17	3	30	
12-13	Erhebungsjahr	2001	5	2	3	7	17
		2005	4	4	2	0	10
		2012	5	7	1	0	13
	Gesamt	14	13	6	7	40	

Tabelle 53: Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung nach Alter und Jahren

***Statistische Tests zur Internetnutzung***

Es wurde der Kruskal-Wallis-Test (siehe oben) zur Zunahme der Internetnutzung verwendet. Sowohl die Zunahme der Internetnutzung überhaupt ( $p=.006$ ) als auch die häufigere Internetnutzung ( $p=.001$ ) im Verlauf der letzten 10 Jahre sind statistisch belegbar.

**Ränge**

	Erhebungsjahr	N	Mittlerer Rang
Nutzt du das Internet?	2001	32	53,22
	2005	26	44,25
	2012	33	40,38
	Gesamt	91	
Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?	2001	29	56,91
	2005	24	39,69
	2012	33	34,48
	Gesamt	86	

Tabelle 54: Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung nach Jahren Gesamt

**Statistik für Test<sup>a,b</sup>**

	Nutzt du das Internet?	Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?
Chi-Quadrat	10,238	14,300
df	2	2
Asymptotische Signifikanz	,006	,001

a. Kruskal-Wallis-Test

b. Gruppenvariable: Erhebungsjahr

Tabelle 55: Internetnutzung Häufigkeit, Tests

***Kruskal-Wallis-Test zu Unterschieden der Altersklassen***

Unterschiede in der Internetnutzung in Abhängigkeit vom Alter lassen sich nicht belegen ( $p=.542$  und  $p=.175$ )

**Ränge**

	Einteilung Alter	N	Mittlerer Rang
Nutzt du das Internet?	8 bis 9	20	48,10
	10-11	31	43,40
	12-13	40	46,96
	Gesamt	91	
Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?	8 bis 9	16	40,78
	10-11	30	50,08
	12-13	40	39,65
	Gesamt	86	

Tabelle 56: Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung nach Alter, Kruskal-Wallis-Test

**Statistik für Test<sup>a,b</sup>**

	Nutzt du das Internet?	Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?
Chi-Quadrat	1,227	3,487
df	2	2
Asymptotische Signifikanz	,542	,175

a. Kruskal-Wallis-Test

b. Gruppenvariable: Einteilung Alter

Tabelle 56a: Internetnutzung Häufigkeit, Tests

***Zusammenhang zwischen Fernsehhäufigkeit und Internetnutzung?***

Dazu wurde eine Korrelationsberechnung durchgeführt. Eine Korrelation von  $r= 0,08$  (sehr gering), die auch nicht signifikant ( $p=.46$ ) ist, ergab sich daraus.

Ein Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Internetnutzung lässt sich demnach nicht feststellen.

**Korrelationen**

		Wie oft siehst du Fernsehen	Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?
Wie oft siehst du Fernsehen	Korrelation nach Pearson	1	,081
	Signifikanz (2-seitig)	.	,460
	N	154	86
Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?	Korrelation nach Pearson	,081	1
	Signifikanz (2-seitig)	,460	.
	N	86	86

Tabelle 57: Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Internetnutzung

**VII. Goldener Spatz**

---

In der folgenden Tabelle sind die Nennungen der Frage nach der Aufmerksamkeit auf den Goldenen Spatzen aufgeführt. Die meisten Kinder sind demnach durch öffentlich-rechtliche Sender auf den „Goldenen Spatz“ aufmerksam geworden, einige auch durch private Sender oder durch das soziale Umfeld.

**AFMKSKZF**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	öffentliche Rechtliche Sender	48	31,2	41,7	41,7
	Private Sender	22	14,3	19,1	60,9
	Zeitung	12	7,8	10,4	71,3
	Radio	4	2,6	3,5	74,8
	Internet	3	1,9	2,6	77,4
	Kino	1	,6	,9	78,3
	Familie/Freunde/Schule	25	16,2	21,7	100,0
Gesamt	115	74,7	100,0		
Fehlend	System	39	25,3		
Gesamt		154	100,0		

Tabelle 58: Aufmerksamkeit auf GOLDENEN SPATZ

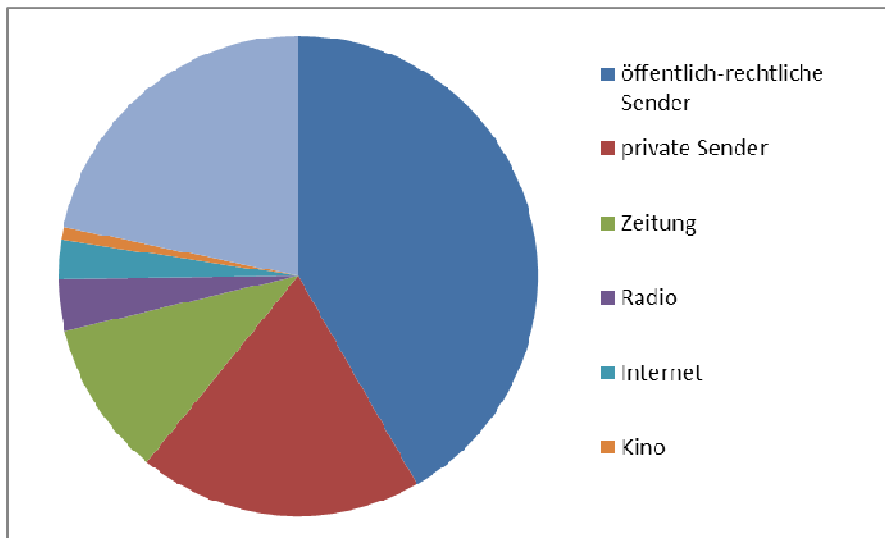


Tabelle 59: Aufmerksamkeit auf GOLDENEN SPATZ, Kreisdiagramm

## 10. Qualitativer Zusatz – halb- oder teilstrukturiertes Interview

---

Charakteristisch für halb- oder teilstandardisierte Interviews ist ein Interviewleitfaden, der dem Interviewer mehr oder weniger verbindlich die Art und die Inhalte des Gesprächs vorschreibt.

Der Vorteil liegt in der direkten Interaktion zwischen Interviewer und befragten Kindern. Je nach Verlauf und Standardisierungsgrad des Interviews kann der Interviewer auf die Antworten der Kinder direkt reagieren und gegebenenfalls nachfragen. Auch in der Beobachtung der Reaktionen (Mimik, Gestik, Körperhaltung) liegt eine Datenquelle.

Die Neuen Informationen können somit noch während des Gesprächs vertieft und verfolgt werden. Im Gegensatz zum freien Interview ist der Erhebungsaufwand relativ gering.

Atmosphäre ist im Interview außerdem ein bedeutender Aspekt und kann auf der Seite der Befragten von Emotionalisierung über Gespanntheit bis hin zur Ablehnung gekennzeichnet sein. Für den Interviewer ist es somit wichtig neben der Informationsgewinnung, die emotionale Beziehungsebene während des gesamten Ablaufs zu berücksichtigen.

Vor Beginn eines Interviews sollte das Ziel genau definiert werden, um den erforderlichen Informationsbedarf festzustellen. Dazu gehört auch die Bestimmung des zu befragenden Personenkreises und ob Einzel- oder Gruppeninterviews (und Workshop) durchgeführt werden sollen.

Bei folgenden Interviews handelt es sich um zwei Einzel (je ein Mädchen und ein Junge) und einem Gruppeninterview. (vgl. <http://www.orghandbuch.de...22.11.2012> )

Als Leitfaden dient der *Mitmach-Bogen* des „Goldenen Spatz“. (siehe quantitativer Teil)  
Aus Datenschutzgründen werden die persönlichen Daten, wie im quantitativen Teil der vorliegenden Arbeit anonym gehalten.

Ein Interview wird grundsätzlich in drei Phasen unterteilt: Kontakt-, Erhebungs- und Ausklangphase.

### ***Kontaktphase***

Die Kontaktphase ist eine sehr bedeutende Phase, da dort die Grundvoraussetzungen gelegt werden. Ein positives Gesprächsklima kann somit von Anfang an entstehen. Wenn das gut gelingt, ist auch der Informationsgehalt aus dem Interview höher.

Nach der Begrüßung und Vorstellung werden kurz die Hintergründe und Ziele des Interviews dargestellt. Zur Schaffung einer vertrauensvollen Gesprächsatmosphäre ist es günstig, kurz auf persönlicher Ebene ein Gespräch über ein aktuelles Thema zu führen und eine positive Atmosphäre der Kinder zu schaffen. (vgl. ebd.)

Am Anfang wird jeweils immer die Frage gestellt „Was machst du wenn du „Sturmfrei hast“?“ sie diene dazu, das „Eis zu brechen.“ (Eisbrecher-Fragen= Aufwärmfragen, um das Kind zum Erzählen zu motivieren und die ungewohnte Befragungssituation aufzulockern)

### ***Ergebnisphase***

Um möglichst viele umfangreiche Informationen, in verhältnismäßig kurzer Zeit, unter einer zwanglosen und lebendigen Kommunikation zu erlangen, werden „offene Fragen“ angewandt, die sich auszeichnen in dem sie keine festen Antwortkategorien vorgeben.

Aber auch „geschlossene Fragen“, bei denen die Antwort auf „Ja“ oder „Nein“ beschränkt wird, können grundsätzlich im Anschluss an „offene Fragen“ verwendet werden. Andernfalls würde leicht eine „verhörähnliche Situation“ entstehen. Bereits gewonnene Informationen sind durch gezieltes Nachfragen und durch geschlossene Fragen dadurch vertieft und abgesichert. (vgl. ebd.)

### ***Ausklangphase***

Am Ende des Interviews richtet der Interviewer einen Dank an die befragten Kinder und bespricht die Information zum weiteren Vorgehen. Dadurch soll das Vertrauen zwischen Interviewer und den interviewten Kindern erhalten bleiben, um die Atmosphäre positiv ausklingen zu lassen und den Untersuchungsbereich für eventuelle nachfolgende Interviews zu sichern.

### ***Durchführung***

Aufgrund des beschränkten Rahmens der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit werden die teilstandardisierten Interviews nach den Hypothesen der empirischen Untersuchung näher betrachtet, um sie im Schlussteil aufzugreifen und zu diskutieren.

## **10.1 Gruppeninterview**

---

Am Freitag, den 15. Juni 2012 führte die Autorin nach der Arbeit als Theaterpädagogin in Volksschulen in Wien mit einer ihrer Theatergruppen ein Gruppeninterview durch.

Das Gruppeninterview erschien sehr sinnvoll, um von mehreren Kindern gleichzeitig Ergebnisse zum Thema zu erhalten. Das Gruppeninterview hatte den Vorteil, Erhebungszeit sowie die Vor- und Nachbereitungszeit zu reduzieren.

Die befragten Kinder setzten sich aus fünf Mädchen von 10 bis 11 Jahren zusammen, was der 2. Alterskategorie der quantitativen Auswertung der vorliegenden Arbeit entspricht.

Das Interview fand in einer gemütlichen Atmosphäre in einem kleinen Garten statt und dauerte etwa 17 Minuten. Alle Mädchen waren beteiligt und nahmen begeistert am Interview teil.

## **I. Kino- und Fernsehkonsum**

Im Interview wurde die Frage gestellt *“Wie oft schaut ihr Fernsehen?”* (#00:01:54-7#)

Die Heranwachsenden gaben an, dass sie meistens am Abend Fernsehen schauen.

*(„Am Abend meistens, gegen 19 bis 21 Uhr“; „von 20 Uhr bis 21 Uhr“; „Von 6 Uhr bis am Abend 9 Uhr“, „kommt drauf an wann ich aufstehen muss und am Wochenende kommt es darauf an was es spielt“; „Also ich schaue meistens nur eine Sendung!“)*

Ein Mädchen gab an, dass sie nur manchmal Fernsehen schaut. (#00:02:27-3#:  
*„Entweder spiele ich mit meinem Hund oder ich sitze am Lernen und schaue nur manchmal Fernsehen!“)*

Eine weitere Frage zum Kino- und Fernsehkonsum lautete: *„Lieber Kino oder Fernsehen?“* (#00:10:29-9# )

Die meisten der Kinder gaben an, dass zu Hause „Fernsehen“ besser ist.

*(#00:10# „Kino ist schon cool aber zu Hause ist es einfach gemütlicher beim eigenen Fernseher“; „Zuhause kann man einfach dauernd aufs Klo gehen, das ist viel schöner“; „das ist besser, da kann man sich eine Kuschelecke machen oder so“; „man kann auch auf Pause drücken“; „da kann man immer wieder den Film stoppen und im Kino sitzt dann vielleicht so ein großer Mann vor dir und dann siehst du wieder nichts und dann wird es immer so laut „; Im Kino muss man auch alles kaufen und so, dass finde ich ein bisschen naja...“; „ich find das Kino naja... da sind dann auch immer viele Leute, man muss in der Schlange stehen und wenn man dann drankommt kann die Karte auch ausverkauft sein“ ; „ok es gibt auch 3d aber auch das kann man zu Hause machen...“)*

„Cool“ ist für die Kinder wenn ein Film ganz neu rauskommt.

*(#00:11# „Ich war gestern im Kino und habe mir den neuen Film angeschaut, das ist auch das coole an Kino“; Also es kommt drauf an, die neuesten Filme gibt es ja nicht immer gleich auf DVD und dann ist Kino wiederum cool“)*

Ein Mädchen antwortete: ... *„dass sie schon voll lange nicht mehr im Kino war!“*, die Anderen gehen „öfters“ ins Kino.



## **II. Kino- und Spielfilme**

### **Beliebte Filme**

Eine Frage im Interview lautete (#00:08#): „*Könnt ihr euch an einen richtig guten Film erinnern?*“

Die Antworten waren sehr gemischt und reichten von Animationsfilmen bis hin zu Realfilmen.

(#00:09# „*ich mag die Hayao Miyazaki-Filme, die von dem gleichen Regisseur sind, der auch bei Heidi mitgeholfen hat*“, „*Ich find diese lustigen Filme wie Tom und Cherry toll*“, #00:10# „*CORALINE, ist voll cool!*“)

Bei diesen drei erwähnten Filmen handelt es sich um Animationsfilme.

Realfilme wurde ebenso erwähnt. (#00:09# „*ich finde solche witzigen Filme wie das TRAUMSCHIFF SUPRISE oder den SCHUH DES MANITU einfach gut...*“.)

### **III. Sendungen**

Die am häufigsten erwähnte Serie und die regelmäßig geschaut wird, war „H20 – Plötzlich Meerjungfrau“ (#00:03#)

Zu den Sendungen wurde nach der Lieblingsfilmkategorie gefragt. (#00:07#)

Es lag eine einstimmige Antwort bei allen Mädchen vor, dass sie Serien bevorzugen.

(#00:07# „*ich finde Serien gut, weil, Filme schaut man nur einmal und Serien können immer wieder geschaut werden.*“; „*bei Serien bemerkt man ja auch die Verwandlung, wie sich was im Laufe der Zeit verändert was man in einem ganz normalen Film nicht merkt.*“ #00:08# „*ich finde in einer Serie passiert immer was Anderes... also jeden Tag und wenn man an einem Tag die Serie schaut und das wird dann ganz spannend, dann will man das den nächsten Tag wiedersehen und so geht das immer...*“)

Eine der nächsten Fragen lautete: „*Schaut ihr lieber Serien mit ECHTEN MENSCHEN?*“

Die meisten Kinder schauen lieber Realserien. Alle antworteten mit „Ja“.

(#00:08# „*Zeichentrick habe ich schon abgehakt*“; „*bei den ECHTEN kann man sich mehr vorstellen*“; „*ja das ist besser als Zeichentrick, eine Geschichte oder so kann man sich besser vorstellen*“ ...)

Ein Mädchen antwortete, dass Animationsfilme manchmal wirklich witzig sind und es gute Animationsserien oder auch Filme gibt.

#### ***IV. Wunschinhalte***

Auf die Frage, ob das TV-Programm für Kinder, die Heranwachsenden langweilt (#00:14#) antwortete ein Mädchen, dass ihr kleiner Bruder manchmal andere Sachen schaut wie sie selbst und sie „Kikaninchen“ (von Kika für die 3 bis 6 Jährigen) nicht so gut findet.

Es wurde auch erwähnt, dass es mehr Sendungen für die kleineren auf KiKa und auf Nick spielt. (#00:16:23-9# *„find ich auch, es spielt nicht so viel für Große, nur am Abend wenn man schlafen gehen muss wegen der Schule.“* *„Wenn man schlafen gehen muss spielt es natürlich die besten Filme und die besten Serien“* ...)

Wissenssendungen z.B. *„Wissen macht Ah“* wird von den Mädchen als langweilig empfunden. (#00:17# *„ das ist total langweilig, da geht es um verschiedene Themen das ist Quatsch“* ...)

Die Kinder sind auch der Meinung, dass es mehr Filme für Mädchen geben sollte. (#00:17:35# *„Ich finde es spielt im Fernsehen mehr Buben- als Mädchenfilme“* ...) Tierdokumentationen werden von einem Mädchen nicht gemocht. (#00:17# *„Tierdokumentationen mag ich nicht“* ...)

Die Heranwachsenden sind außerdem der Meinung, dass es am Abend erst mehr Filme für ihre entsprechende Altersgruppe spielt. (#00:15# *„Kika spielt erst ab 20 Uhr oder so. da spielt es dann eher die Filme für uns, sag ich jetzt mal, eher die Spielfilme“*)

Und wenn es *so coole Serien* wie „Schloss Einstein“ spielt, können die Mädchen die Serie nicht sehen, da die Sendung um eine Zeit ausgestrahlt wird, in der die meisten Kinder noch nicht von der Schule wieder zu Hause sind.

*(#00:15:25-2# „zu Mittag spielt es Schloss Einstein, ja das ist schon cool aber zu Mittag sind die Kinder ja noch nicht zu Hause“* ...)

Die Kinder erwähnen auch, dass es ein *..bisschen blöd ist wenn es nicht die Sendungen spielt, die „man gerade haben will“ und sich ...„dann manchmal darüber ärgert...!“* (#00:16#)

Am häufigsten wird der Sender „Nickelodeon“ genannt (#00:14#: *„Ich schau meistens Nickolodeon“; „Nickolodeon ist auch gut, also da spielt es immer gegen 19 Uhr „Allein unter Jungs“.*)

#### **V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten**

In einem der erwähnten Lieblingsfilme „Coraline“ wurde erwähnt, dass dieser sehr „cool“ ist, gerade dadurch, dass es ein Horrorfilm ist. (#00:10# *...“also es ist sozusagen ein Horrorfilm, aber ohne Blut und ohne Kopf abschneiden oder so“...*) Bei dieser Erwähnung kommen „Hegemoniewerte“ zum Vorschein.

In der beliebten Serie „H20 – Plötzlich Meerjungfrau“ wird der Wert Freundschaft (Wert des sozialen Miteinanders), die „Verwandlungen zu Meerjungfrauen“ (Selbstentfaltungswerte) und dass die Serie lustig und spannend ist (Hedonistische Werte) und es auch um Liebe geht (Abstrakt fundamentale Werte), erwähnt. (#00:05#)

Hedonistische Werte die die Serie beinhaltet, werden ebenfalls erwähnt. (#00:05:13-2# *„Also da geht es eigentlich um die Abenteuer von den Meerjungfrauen“*)

Ein Interviewkind sagte dazu (#00:05#): *„Also alles was ein Mädchen in einer wirklichen, echten, guten Serie braucht ist da drinne...“* *„es ist Reality aber es werden auch Spezialeffects eingefügt!“* (fundamental-abstrakte Werte)

Im Interview wurde des Weiteren die Frage gestellt, ob persönliche Themen oder gesellschaftliche eher bevorzugt werden.

Durch die Erwähnung der Werte in der Lieblingsserie sind eindeutige Tendenzen zu persönlichen Werten erkennbar, die sich durch eine einstimmige Antwort der Mädchen, dass sie persönliche Werte und Themen bevorzugen bestätigte.

Auf die Frage: *„Was würdet ihr euch wünschen, wenn ihr euch die Themen selber aussuchen könntet?“*(#00:15#), erwähnten die Kinder alle „Hedonistische Werte“. (*„H2o und Action“; „Actionfilme“; „lustige Filme“; „auf jedenfall witzige Filme“...*)

Auf die Frage was langweilig und gut an Themen ist, sind die Heranwachsenden der Meinung, dass Inhalte die „Specialeffects“ beinhalten gut sind. (#00:17# *„also ich finde es gut, wenn man Effekte oder so macht“*)

### **VI. Familie**

Auf die Frage, ob Kinder lieber allein oder mit der Familie fernsehen, stellte sich heraus, dass fast alle Heranwachsenden lieber alleine Fernsehen schauen und nur bei bestimmten Sendungen die Familie erwähnt wird, wie z.B. bei Fußball und großen Shows. (#00:12# *„ich schaue lieber alleine, da kann man das Programm auswählen“* #00:13# *„also ich schaue lieber alleine, und wenn ein Fußballmatsch ist oder so dann lieber mit Papa; #00:12# „am Freitag ist bei uns immer so Fernsehabend, da schauen wir uns immer die großen Shows Dancingstars oder so etwas an“; #00:13:25-4# „unsere Familie schaut nicht so gemeinsam Fernsehen, aber wir schauen urgerne in den Weihnachtsferien zusammen die Aschenputtelfilme, die waren auch manchmal ein bisschen gruselig...“*)

Das Fazit, dass sich aus den Aussagen ziehen lässt, ist: „Auch wenn die Familie nicht auf Gemeinsamkeiten kommt, wird eine Lösung gefunden.“

(#00:12:# *„wenn wir nix finden, schaltet halt jeder auf das was er mag. Wir haben ja drei Fernseher, einen im Bügelwohnzimmer und einer im Kinderwohnzimmer. Dort schaue ich manchmal mit meinem Bruder gemeinsam“*...)

## **10.2 Gespräch mit Jurykind (12 Jahre) vom „Goldenen Spatz“ 2012 (Lichtenstein)**

---

Das Interview fand in einer gemütlichen Atmosphäre in einer Eisdielen in Feldkirch (Vorarlberg) statt. Um die Situation etwas zu lockern gab es zum Interview einen *leckeren* Eisbecher. 20 Minuten dauerte in etwa das Interview. Die elfjährige war sehr quirlig und hatte gute Antworten parat. Da sie häufiger Interviews gibt (GOLDENER SPATZ, Radio Liechtenstein) ist die Liechtensteinerin geübt.

### ***I. Kino- und Fernsehkonsum***

Die Frage nach dem Fernsehkonsum (#00:00:25#) wurde mit: „*Ich schaue allgemein nicht so viel fernsehen*“ beantwortet und ins Kino geht die 12-jährige zwar gern, aber zu Hause ist es einfach schöner (#00:08#). Sie findet Kino und Fernsehen aber gleich gut, ... „*nur zu Hause kann man immer auf STOP drücken, essen holen, auf Toilette gehen und auch mal das Kissen vor den Kopf halten*“ ...

### ***II. Kino- und Spielfilme***

Das Jury-Kind schaut ganz unterschiedliche Filme. Sie erwähnt die „Wilden Hühner“, „die Vorstadtkrokodile“, Filme wie z.B. „Zweihrkücken“ und „die Welt der Amelie“. (diente als Grundlage für die Bewerbung zum GOLDENEN SPATZ, schrieb über diesen Film eine Kritik und verstand gut)

Der Film „Chocolat“, den ihr eine Nachbarin empfahl beeindruckte sie sehr. (#00:07# „*der war wirklich super und den habe ich dann drei, viermal geschaut...*“)

Filme, die der 12-jährigen gefallen, schaut sie wiederholt auf DVD.

Auf die Frage welche Filme dem Jury-Kind beim GOLDENEN SPATZEN am besten gefallen haben (#00:16#) antwortete sie mit „Mia und Minotaurus“ und „Tony Ten“.

Beide erwähnten Filme sind Realfilme und gehören zur Gruppe der Filme im Arthouse-Bereich.

### ***III. Sendungen***

Im Interview werden Filme wie „Zac and Cody“, „die Pfefferkörner“ und „Allein gegen die Zeit“ als Lieblingssendungen erwähnt und die Heranwachsende schaut auch lieber Serien, als Filme.

Alle erwähnten Lieblingsserien sind Realserien.

### ***IV. Wunschinhalte***

Wie beim vorigen Interview ärgert sich das Mädchen darüber, dass sie Sendungen meistens verpasst, weil sie Schule hat oder nicht zu Hause ist. (#00:01#)

Auf die Frage, ob sie das Kinderprogramm in Ordnung und altersentsprechend findet (#00:10#) antwortet sie: *„es geht so...wenn ich noch in der Schule bin so neun Uhr oder so, dann kommen eher Kinderfilme, wie die KIKANINCHEN für die Kleinen... „eigentlich weiß ich es nicht so genau, aber ich denke da gibt es schon ein bisschen mehr für die Kleinen oder etwa gleich viel“. „Ich denke aber für Erwachsene gibt es wahrscheinlich schon ein bisschen mehr.“* (#00:11#)

Die 12-jährige mag Bandenfilme, wegen den verschiedensten Charakteren. (#00:13:# *„z.B. machen die einen Sport gerne, den anderen gefällt die Musik, den Freundinnen ist z.B. die Schönheit wichtig usw., dadurch wird es nicht langweilig und man kann sich immer in die jeweilige Person hineinversetzen“*... #00:14:01-9# *„...z.B. ein Baum, was findest du daran...da gibt es ganz verschieden Meinungen, weil die einen sind eher sportlich und die anderen musisch“*)

#### ***V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten***

Die Heranwachsende schaut lieber Filme, weil es einfach spannend ist und sie auch unbedingt bei einem mitspielen will. (#00:02#) (3. Hedonistische Werte, 4. Selbstentfaltungswerte)

Sie achtet bei Filmen darauf, dass sie spannend sind und nicht so künstlich wirken. (Hedonistische Werte, Abstrakt fundamentale Werte)

Bei „den wilden Hühnern“ wollte sie auch so eine Bande und eine Hütte. (#00:04-00:06# *„...und dann haben wir eine Hütte bekommen und haben uns auch wie im Film Ketten mit Federn gemacht“; „ ...Also ich war die, der die Hühner gehören, meine Mutter wie die im Film Taxifahrerin und die mit der Brille war eine Freundin.“*)

(Selbstentfaltungswerte, Hedonistische Werte)

Zu der Frage ob das Jury-Kind eher gesellschaftliche oder persönliche Themen bevorzugt, lässt sich die Tendenz erkennen, dass sie private Themen spannender findet. (#00:11#)

„Mia und Minotaurus“ war der coolste Film für die Heranwachsende beim GOLDENEN SPATZ, weil er spannend war (Hedonistische Werte), es eine gute Geschichte gab und der Schauspieler toll war. (Abstrakt fundamentale Werte)

Wenn die 12-jährige selbst einen Kinderfilm machen könnte, wäre ihr eine spannende (Hedonistische Werte), sinnvolle Geschichte wichtig und dass der Film real ist.

(Abstrakt fundamentale Werte) (#00:19:41-3#“ *weil ich das persönlich spannender finde und man sich hineinversetzen kann“*; #00:20:00-7# *„die Schauspieler müssen ja das machen was ich persönlich auch könnte, sonst wäre es ja komisch, wenn ich das selbst nicht schaffen würde, da muss ich mich hineinversetzen können...ansonsten wäre die Geschichte nicht so gut, dann müsste es jemand anderer schreiben..“*)  
(Selbstentfaltungswerte, Abstrakt fundamentale Werte)

Wichtige Werte sind dem Mädchen Freundschaft, Liebe und Zusammenhalt. (Wert, des sozialen Miteinanders, Abstrakt fundamentale Werte, Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens)

Genauso wichtig ist ihr, dass man akzeptieren muss, wenn es Probleme wie Drogen gibt wie bei „Mia und Minotaurus“ und wenn die Eltern sich getrennt haben. (#00:20#)

Das zeigt ihr außerdem, dass man nicht alles hinwerfen, sondern weiterleben und akzeptieren sollte. (#00:21#) (Hegemoniewerte, Selbstentfaltungswerte).

Auf „Die Vorstadtkrokodile“ bezogen spricht sie den Unfall der Handlung im letzten Film an. Sie erwähnt wie wichtig es ist, das „jemand“ für einen da ist und sich auf denjenigen verlassen kann, wenn er gebraucht wird. (#00:21#) (Wert des sozialen Miteinanders)

Für die Zukunft wünscht sich die Heranwachsende einen spannenden Krimi, in dem es um Zusammenhalt geht. (#00:11:17-3#) (Hedonistische Werte, Wert des sozialen Miteinanders)

## **VI. Internet**

Wenn es die Heranwachsende manchmal nicht schafft, die Serien im Fernsehen zu sehen, schaut sie im Bett am Computer. Sie erwähnt, dass es möglich ist alles nachzuschauen wie z.B. bei „Clipfisch“ und „YouTube“. (#00:01#)

Zu der Frage, wenn du die Wahl hättest zwischen Fernsehen oder Internet, würde die 12-jährige das Internet bevorzugen. (#00:09# „...denn da kannst du auch alles raus finden und auch komplett auswählen“)

## **VII. Familie**

Filme schaut die Liechtensteinerin am Fernseher mit ihrer Mama bei einem gemeinsamen Filmabend. (#00:02#)

### **10.3 Gespräch mit Junge (10Jahre) aus Deutschland, Thüringen**

---

Das Interview fand in einer gemütlichen Atmosphäre in einem Garten statt. Der 10-Jährige war etwas schüchtern am Anfang und es musste häufiger nachgefragt werden. Mit der Zeit lockerte sich die Situation und für die Studie relevante Antworten, wurden gegeben. Bei diesem Interview hieß es auch „schüchterne Kinder“ vom Thema zu überzeugen und eine gute Kommunikationsebene zu finden. Dabei war insbesondere die Anfangsphase wichtig.

#### **I. Kino- und Fernsehkonsum**

Der 10-jährige schaut jeden Abend meistens alleine Fernsehen und nur manchmal mit seiner Mutter. (#00:01#)

Er geht eher selten ins Kino. (#00:02#) und schaut Filme lieber zu Hause, denn dort ist es gemütlicher (#00:07#)

#### **II. Kino- und Spielfilme, Sendungen**

##### **Beliebte Filme**

„Die Pfefferkörner“ und „die wilden Kerle“ findet der Heranwachsende *cool* und hat bei den wilden Kerlen schon alle 5 Teile gesehen. (#00:05#)

Auch den neuen Teil von „Ice Age“ findet er *richtig cool*. (#00:20#)



### ***III. Sendungen***

Der Zehnjährige schaut bei RTL gern „Familien im Brennpunkt“ (#00:02# „...*da sind so Familien die sich irgendwie streiten und dann irgendwie was rauskriegen wollen was der andere macht.*“) Auch „die Simpsons“ (#00:03#) und „Spongebob“ sieht er gern.

(#00:05#)

Der Heranwachsende mag beides, was sich bei den Lieblingsfilmen und Serien ebenso zeigte: „Animations-Filme/ Serien und Reale Stoffe, aber das mit den „echten Menschen“ findet er besser. (#00:06#)

### ***IV. Wunschinhalte***

Der 10-jährige ist der Meinung, dass Filme für Größere zu selten gezeigt werden.

(#00:08#)

Wie die Mädchen der Gruppendiskussion, bevorzugt der Heranwachsende das Kinderprogramm bei SUPER RTL oder NICK. (#00:03#)

### ***V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten***

Der zehnjährige schaut gerne Fernsehen, wenn er nichts anderes zu tun hat und ihm langweilig ist. (#00:02#) (Hedonistische Werte)

Bei den Simpsons findet er die Figuren lustig und dass „die immer was Blödes anstellen.“

(#00:04#) (Hedonistische Werte)

Im Film „die wilden Kerle“ findet der Heranwachsende den Torwart *ganz cool*, da er selbst im Tor steht. (#00:00# „*Er ist mutig*“) (Selbstentfaltungswerte)

Der 10-jährige findet es gut, dass auch eine Liebesgeschichte dabei ist. (#00:02# „*ein Mädchen und ein Junge die verlieben sich dann ineinander und werden am Ende ein Paar*“) (fundamental Abstrakte Werte)

Der Zehnjährige sieht gern „Spongebob“, weil der Seestern seine Dummheit immer zeigt und das sehr lustig ist. (#00:05#) (Hedonistische Wert)

## 11. Diskussion und Zusammenfassung der Ergebnisse

---

In diesem Teil der Arbeit sollen die Ergebnisse aus der quantitativen Forschung mit den qualitativen Ergebnissen verglichen und wissenschaftlichen Theorien der Forschungsarbeit anhand der generierten Hypothesen, zusammengefasst und diskutiert werden.

### 11.1 Interpretation der Hypothesen

---

#### I. Kino- und Fernsehkonsum

*H1: Die Heranwachsenden gehen trotz seltener Nutzung gern ins Kino.*

Das alle Heranwachsenden (100%) gern ins Kino gehen, zeigte sich im empirischen Forschungsteil.

Jedoch gehen die Heranwachsenden weniger als einmal im Monat (42%) ins Kino.

In den halbstrukturierten Interviews des qualitativen Teils der Arbeit zeigte sich ebenfalls, dass die Kinder gern ins Kino gehen, besonders wenn ein Film neu in die Kinos kommt (vgl. S. 157). Die meisten Kinder gaben an, dass sie „öfters“ ins Kino gehen und nur zwei der Interviewkinder „eher selten“. (vgl. ebd. S. 165)

Kino ist für die Kinder des Interviews „schon cool“, aber lieber schauen sie Filme auf der Couch zu Hause, weil das „Tempo“ selbst bestimmbar ist und die Heranwachsenden ohne Zwang sind („zu Hause kann auf STOP gedrückt werden“, „ist gemütlicher“, „da muss man nicht in der Schlange stehen und nicht unbedingt was kaufen“)

Die Hypothese kann somit bestätigt werden, dass Kinder trotz seltener Nutzung gern ins Kino gehen. Die vorliegende Hypothese wird auch begründet, warum Filme lieber „zu Hause“ konsumiert werden.

## *H2: Ältere Kinder gehen häufiger ins Kino, als Jüngere.*

Systematische Veränderungen lassen sich aus den quantitativen Ergebnissen heraus eher nicht erkennen. Einzig auffällig ist, dass bei Älteren (12-13 Jahre) die Antwort „öfters“ im Schnitt häufiger gegeben wird als bei den Jüngeren.

Im Interview zeigte sich auch, dass der „Jüngste“ mit 10 Jahren auch eher selten ins Kino geht (vgl. S. 165). Somit kann eine leichte Tendenz in die Richtung, dass Ältere Kinder häufiger ins Kino gehen, als Jüngere festgestellt werden.

Der Kruskal-Wallis-Test, der die Abweichung von einem mittleren Rang angibt (ob es eine Reihenfolge gibt) zeigt gleichermaßen, dass sich bei dem Kinokonsum Tendenzen erkennen lassen. Ältere gehen häufiger ins Kino, als Jüngere. (Das Ergebnis ist auf dem 5%-Niveau aber nicht signifikant ( $p=.071$ ,  $p=.113$ ))

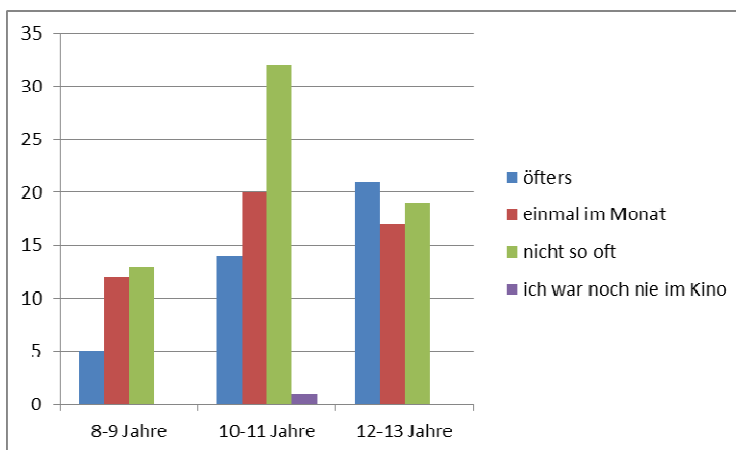


Tabelle 60: Kinonutzung

## *H3: Die meisten der Kinder sehen täglich fern.*

Aus den quantitativen Ergebnissen der Forschungsarbeit zeigt sich, dass 81% der Heranwachsenden täglich fernsehen.

Auch aus den qualitativen Interviews kristallisiert sich heraus, dass alle Kinder täglich fernsehen. Somit kann die Hypothese, dass die meisten der Kinder täglich fernsehen, bestätigt werden.

#### *H4: Jüngere Kinder schauen öfters Fernsehen, als Ältere.*

Um das zu testen wurde auch der Kruskal-Wallis-Test angewendet. Bei dem Fernsehkonsum lässt sich ebenso eine Tendenz erkennen, dass ältere Kinder etwas seltener fernsehen. Das Ergebnis ist aber auf dem 5%-Niveau nicht signifikant. ( $p=.071$ ,  $p=.113$ )

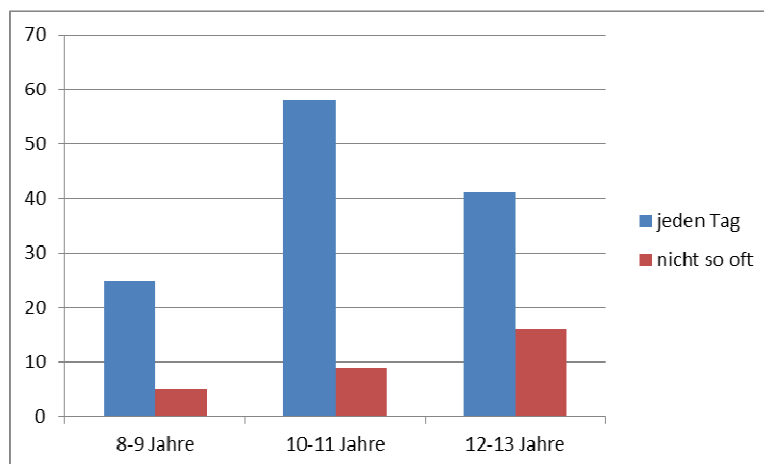


Tabelle 61: Fernsehnutzung

#### *H5: Kino- und Fernsehkonsum haben in den letzten Jahren abgenommen.*

Die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung zeigen (mittels Chi-Quadrat Test), dass sowohl Kino- als auch Fernsehkonsum sich nicht systematisch ändern ( $p= .758$  und  $p=.741$ )

Kinder und Jugendliche heute, sehen weder mehr noch weniger fern und gehen nicht häufiger oder seltener ins Kino, als vor 20 Jahren.

Es liegen keine offensichtlichen Veränderungen über die Zeit (von 1993-2012) vor und die Hypothese, dass Kino- und Fernsehkonsum in den letzten Jahren abgenommen haben, kann durch die Ergebnisse nicht bestätigt werden.

## **II. Kino- und Spielfilme**

### ***die 5 am häufigsten genannten Filme:***

- 2 Titanic (22 Nennungen)
- 3 Kevin allein zu Haus /in New York (16 Nennungen)
- 4 Ice Age – Die Dinosaurier sind los (16 Nennungen)
- 5 Harry Potter (14 Nennungen)
- 6 Star Wars (11 Nennungen)

## ***Die beliebtesten Filme von 1993-2012***

### **1993:**

- Die Schöne und das Biest (Literaturverfilmung)
- Kevin allein zu Haus /in New York (Familienfilm)
- Drei Haselnüsse für Aschenbrödel (Familienfilm), (Literaturverfilmung)
- Die unendliche Geschichte (Familienfilm), (Literaturverfilmung)

### **1997:**

- König der Löwen (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Batman (FSK 12), (Literaturverfilmung)

### **1999:**

- Titanic (FSK 12), (Literaturverfilmung)
- Mulan (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Amy und die Wildgänse (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Ein Schweinchen namens Babe (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Forrest Gump (FSK 12) , (Literaturverfilmung)

### **2001:**

- Ice Age – Die Dinosaurier sind los (Familienfilm)
- Titanic (FSK12) , (Literaturverfilmung)
- Kevin allein zu Haus /in New York (Familienfilm)
- Pünktchen und Anton (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Der Pferdeflüsterer, (Literaturverfilmung)
- Pokémon

### **2005:**

- Harry Potter (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Findet Nemo (Familienfilm)
- Die wilden Kerle (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Plötzlich Prinzessin 2 (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Die Unglaublichen (Familienfilm)
- Das fliegende Klassenzimmer (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)

## 2012:

- Harry Potter (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Wickie (1 und 2) (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)
- Star Wars, (Literaturverfilmung), (FSK 12)
- Tim und Struppi, (Literaturverfilmung)
- Breaking Dawn (Familienfilm) , (Literaturverfilmung)

*H1: Filme für die ganze Familie (Family Entertainment) werden gegenüber Kinder- und Erwachsenenfilmen bevorzugt.*

Alle Erfolgsfilme im Bereich Familienfilm (Family-Entertainment) werden durch breite Werbekampagnen für die ganze Familie begleitet, was wahrscheinlich für den Erfolg spricht. Der Einfluss der Eltern auf die Film -Wahl ist groß und die Eltern gehören somit zur Zielgruppe. Der wirtschaftliche Aspekt hat dabei eine große Bedeutung, da die Familienfilme nicht nur Kinder oder Erwachsene ansprechen.

Anhand der zwei beliebtesten Filme von 1993 bis 2012, aus den Ergebnissen der quantitativen Studie, lässt sich die Tendenz erkennen, dass 8 von 12 Filmen, Familienfilme sind. Auch in der Gesamtheit betrachtet, werden Filme für die ganze Familie bevorzugt.

Im Interview gaben die Kinder gleichermaßen an, dass sie lieber Filme mit der Familie schauen, als alleine. Die Kinder genießen regelmäßige Filmabende mit der Familie.

Die gemeinsame Mediennutzung ist ein wesentliches Element der Mediensozialisation.

Nach Süß (2004) ist das Fernsehen bei älteren Kindern und somit auf die Zielgruppe der vorliegenden Arbeit gerichtet, die häufigste Aktivität, die Eltern mit ihren Heranwachsenden teilen.

Familienfilme lassen die ganze Familie zusammenkommen und wenn gemeinsame Interessen zusammen fallen und dabei ein gemeinsam anspruchsvolles Qualitätsfernsehen geschaut wird, regt das auch die gemeinsame Kommunikation an. Es wird miteinander diskutiert und sich mit dem „Medium“ auseinandergesetzt. Das „sinnlose berieseln“ wird Nebensache und alle Beteiligten können voneinander lernen.

Der Kulturstaatsminister Bernd Neumann (2012) zählte anlässlich der diesjährigen Preisverleihung beim Deutschen Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“ in Erfurt die „Top Ten“ der besucherstärksten Filme des Jahres 2010 auf, in denen sich Familienfilme mit Besucherzahlen zwischen rund 700.000 und 1,5 Millionen befanden. („Die Konferenz der Tiere“, „Hanni & Nanni“ und „Die Vorstadtkrokodile“)

Er führte außerdem die besten Zehn der erfolgreichsten deutschen Kinder- und Familienfilme von 2001 bis 2010 auf. („Wicki und die starken Männer“, „Der kleine Eisbär“, „Die wilden Kerle 4“, „Bibi Blocksberg“, „Die wilden Kerle 3“, „Hui Buh, das Schlossgespenst“, „Das fliegende Klassenzimmer“, „Das Sams – Der Film“, „Emil und die Detektive und Die wilden Kerle 5“)

Einige davon zählen auch zu den häufigsten genannten Filmen der quantitativen Studie der vorliegenden Arbeit.

Somit kann die Hypothese, resultierend aus wissenschaftlicher Literatur und den Ergebnissen der durchgeführten empirischen Untersuchung, bestätigen, dass Filme für die ganze Familie (Family Entertainment) gegenüber Kinder- und Erwachsenenfilmen bevorzugt werden.

## *H2: Literaturverfilmungen werden gegenüber Originalstoffen von den Heranwachsenden bevorzugt.*

Nach Neumann (2012) anlässlich des Deutschen Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“, beruht der Erfolg fast ausschließlich auf der Verfilmung bekannter Bücher, Marken oder Märchenfilmen. Kaum entstehen Filme nach neuen Stoffen.

Fast alle basieren auf der Grundlage bekannter Vorlagen. Dabei wird eine „Verarmung“ originärer Filmstoffe deutlich. Die Ergebnisse der beliebtesten Filme von 1993 bis 2012 der quantitativen Studie, weisen darauf hin, dass bis auf wenige Disneyproduktionen und Animationsfilme, alle auf einer Literaturvorlage basieren.

Auch im Bereich des deutschen Kinder- und Jugendfilms zeigt sich mit den Verfilmungen von Kinderbuchklassikern („die wilden Hühner“, „Wicki“, „die Vorstadtkrokodile“, „Das fliegende Klassenzimmer“, „Das Sams – Der Film“, „Emil und die Detektive“) der Erfolg. Literaturverfilmungen sind gleichermaßen beim Erwachsenen durch einen hohen Wiedererkennungswert erfolgreich.

Wie in der vorherigen Hypothese wird der Einfluss auf die Kinder durch den Erwachsenen deutlich. Erwachsene schenken ihren „Schützlingen“ häufig Medien, die ihren eigenen Geschmack und unerfüllte Kindheitsträume widerspiegeln.

Leider ist es als negativ zu betrachten, dass wie Felsmann (2005) erwähnt, kaum ein Stoff eine Chance erhält, der nicht auf eine erfolgreiche literarische Vorlage zurückgeht.

Von 2001 bis 2010 existieren neun amerikanische Animationsfilme (darunter „Ice Age“, „Madagascar“ und „Shrek“).

„Ice Age“ hatte Erfolg und gehört zu den meistgenannten Filmen der quantitativen Untersuchung. Im qualitativen Interview wurde ICE AGE von dem 10-jährigen Jungen erwähnt, dass er den neuen Teil von ICE AGE richtig cool findet. (vgl. S. 166)

Dennoch überwiegen in der Gesamtheit der Ergebnisse, Literaturverfilmungen. „Kevin allein zu Haus“ und „Kevin allein in New York“ ist ein konstanter erfolgreicher Originalstoff von 1993 bis heute. 1993 und 2001 zählten die Filme zu den besten 3 Lieblingsfilmen. (siehe Kapitel 9. Auswertung der erhobenen Daten). Der Erfolg liegt auch an der regelmäßigen Ausstrahlung im „Fernsehprogramm“.

Die Hypothese, dass Kinder Literaturverfilmungen gegenüber Originalstoffen bevorzugen, kann sich anhand der Häufigkeitsnennungen der Literaturvorlagen aus den Ergebnissen der durchgeführten Untersuchung bestätigen.

Dennoch besteht der Grund darin, dass das Filmangebot zum größten Teil aus Literaturverfilmungen besteht. Die Heranwachsenden haben deshalb keine alternativen Wahlmöglichkeiten.

Wenn ein größeres Angebot an Originalstoffen vorläge, würde sich das Bild eventuell sogar wandeln. Letztendlich brauchen Kinder beides. Sie sollten die Chancen auf die Verfilmungen, z.B. bekannter Kinderbuchklassiker haben, um mit den Eltern gemeinsam in vergangene Welten zu tauchen. Wichtig ist gleichermaßen, dass die Heranwachsenden ihren eigenen filmästhetischen Geschmack ausbilden und sich nicht nur mit der Wirklichkeit der Eltern, sondern mit ihrer Eigenen auseinandersetzen. Filmstoffe sollten ebenso die aktuellen Ängste und Sorgen der Kinder ernst nehmen und von Realitäten, die in ihrer Erlebniswelt stattfinden, erzählen.

Es ist nicht zu vergessen, dass „unsere Kinder von heute“ das Publikum von „morgen“ sind.



### H3: Ältere Kinder bevorzugen mehr Filme ab (FSK 12), als Jüngere.

Die nachfolgende Tabelle aus der quantitativen Untersuchung der vorliegenden Arbeit stellt die Häufigkeit der Nennungen im Altersvergleich dar und lässt erkennen, dass einzelne Filme von „Älteren“ bevorzugt werden.

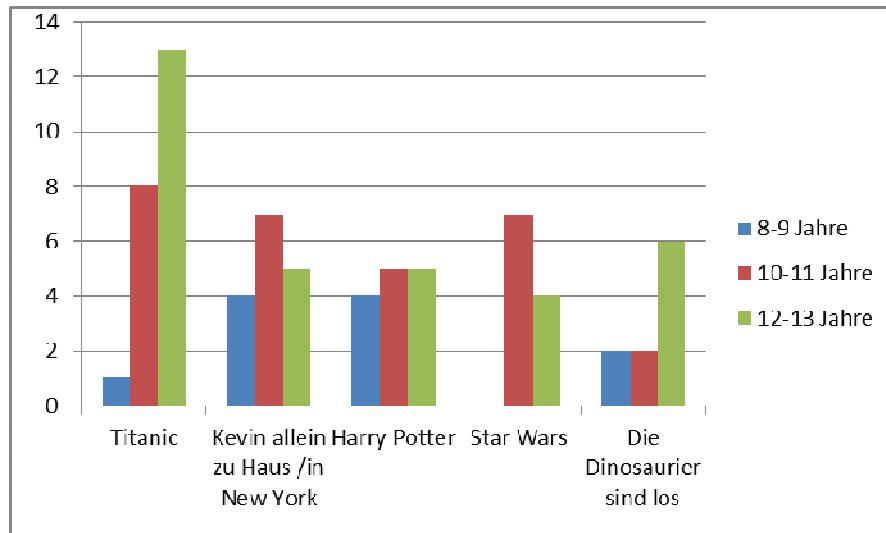


Tabelle 62: beliebte Filme

Titanic (FSK12) zählt 1999 und 2001 nach den Ergebnissen der vorliegenden Studie zu den zwei beliebtesten Filmen. Titanic wird unter den 25 meistgenannten Filmen im Altersvergleich häufig mehr von Älteren genannt, als von Jüngeren.

Außerdem gehören 1997 BATMAN und 2012 STAR WARS (Beide FSK 12) zu den meistgenannten Lieblingsfilmen der älteren Kinder.

Auch bei“ STAR WARS“ lässt sich erkennen, dass dieser Film von den Älteren Kindern bevorzugt wird und von den Jüngeren (8-9) Jährigen nicht einmal genannt wird. Im qualitativen Interview gab die elfjährige Liechtensteinerin „Zweiohrkücken“ (FSK 12), als einen ihrer Lieblingsfilme an.

Es lässt sich somit eine Tendenz erkennen, dass ältere Kinder Filme ab (FSK 12) mehr bevorzugen, als Jüngere.

Das begründet auch die wissenschaftliche Theorie, dass die Fähigkeit zu distanzierter Wahrnehmung und rationaler Verarbeitung mit 8/9 Jahren noch nicht ausgebildet ist. Nach Piaget entwickelt ein Kind erst ab 10 Jahren mehr autonome moralische Wertvorstellungen und löst sich progressiv von Fremdbestimmten.

Mit zunehmendem Alter entsteht die Möglichkeit, eigene Gedanken und Meinungen zu hinterfragen und zu ordnen und dadurch auch Filme besser zu verstehen und zu reflektieren.

Jüngere Kinder können Filme ab FSK 12 noch nicht verarbeiten, da die emotionale, episodische Impression im Vordergrund steht, die Kinder in die Filmhandlung eintauchen lässt. Wenn Konfliktsituationen nicht aufgelöst werden, kann das in diesem Alter nachwirkende Folgen haben und schwerwiegende Ängste bei den Heranwachsenden auslösen.

Dadurch ist es relevant, dass die Alterseinschränkungen eingehalten werden und erziehungsberechtigte Personen darauf achten. Denn Fernsehbilder tragen mindestens genauso viel zur Konstruktion von Bedeutungen bei, wie die gemachten Erfahrungen, Beziehungen und vermittelten Werte und Normen, aus der realen kindlichen Lebenswelt.

#### *H4: Realfilme werden gegenüber Animationsfilmen bevorzugt.*

Aus den verschiedenen Variablen der Filmgenres, der aus der Arbeit durchgeführten empirischen Untersuchung, wurden die Gesamthäufigkeiten über alle Jahrgänge zusammengefasst. Realfilme werden zu 72% genannt.

Der Unterschied zwischen Real- und Animationsfilmen ist statistisch signifikant ( $X^2=87,26$ ,  $p<.01$ ) und die Hypothese, dass Realfilme gegenüber Animationsfilmen bevorzugt werden, kann bestätigt werden.

Auch in den qualitativen Interviews zeigt sich die Tendenz zu Realfilmen. („*Filme mit „echten Menschen sind einfach besser.“*, S. 159)

Die Heranwachsenden können sich besser mit den Figuren und deren Lebenswelt aus Realfilmen identifizieren.

#### *H5: Realfilme werden heute mehr bevorzugt, als Früher.*

Der empirisch durchgeführten Studie zufolge, fallen keine wesentlichen Veränderungen über die Zeit von 1993 bis 2012 auf und die Hypothese, dass Realfilme heute mehr bevorzugt sind als Früher, kann daher nicht bestätigt werden.

### ***Relative Häufigkeit der Filmgenre-Nennungen in den Jahren 1993-2012***

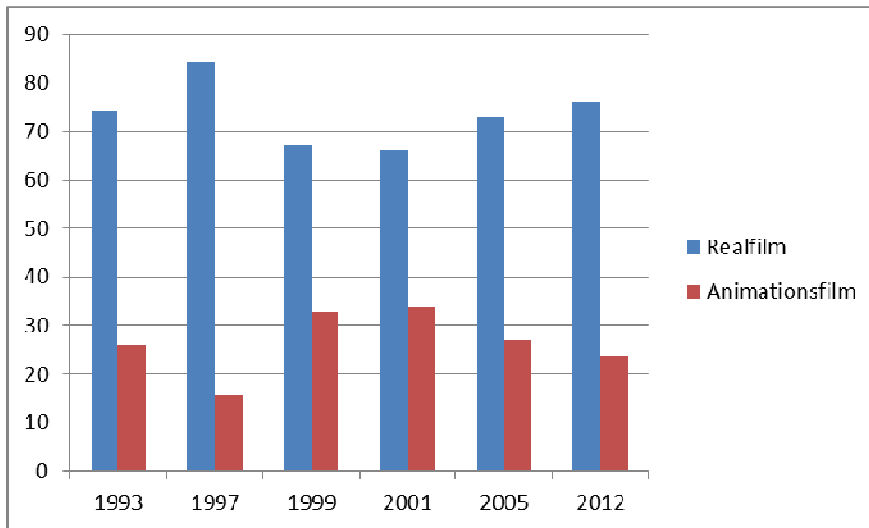


Tabelle 63: Filmgenre-Nennungen in den Jahren 1993-2012

### **III. Sendungen**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße (14,7%)
- Schloss Einstein (9,4%)
- Die Simpsons (7,6%)
- Löwenzahn (4,9%)
- Bill Cosby, Eine schrecklich nette Familie (4,5%)

### **Lieblingssendung in den Jahrgängen**

#### **1993:**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Bill Cosby, Eine schrecklich nette Familie
- Unser Lehrer Doktor Specht
- Disney Club
- Der Bergdoktor, Forsthaus Falkenau

#### **1997:**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße  
(für weitere Angaben zu wenig Teilnehmer)

## **1999**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Die Simpsons
- Schloss Einstein

## **2001**

- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Schloss Einstein
- Löwenzahn
- Pokemon, Dragonball, Sailormoon

## **2005**

- Pfefferkörner
- Die Simpsons
- GZSZ, Marienhof, Unter uns, Lindenstraße
- Simalabim Sabrina
- Spongebob
- Disneys große Pause

## **2012**

- Schloss Einstein
- Shake it up
- Die Simpsons
- Emmas Chatroom
- Meine Schwester Charly

*H1: „Daily Soaps“ sind das beliebteste Format bei den Heranwachsenden.*

Über die Jahre von 1993 bis 2012 zeigt sich nach den Ergebnissen der durchgeführten empirischen Studie, dass DAILY SOAPS in den Gesamtnennungen, das beliebteste Format mit 14,7 % sind.

In den einzelnen Jahrgängen (1993, 1997, 1999, 2001) sind „GZSZ“, „Marienhof“, „Unter uns“ und „Lindenstraße“ die beliebtesten Sendungen. 2005 gehörten die Daily Soaps zu den drei beliebtesten Sendungen, neben den Pfefferkörnern und den Simpsons.

2012 ist das beliebteste Sendungsformat „Schloss Einstein“.

Die deutsche Fernsehlandschaft wird von der „Daily Soap“ erobert, was sicher auch ein Grund für die Beliebtheit dieses Formates ist. Bei den Heranwachsenden ist das Format, mit seinen immer gleich bleibenden Ritualen beliebt, denn die Sendungen werden zur gleichen Zeit ausgestrahlt, agieren mit denselben Charakteren und handeln nach immer gleich bleibenden Mustern. Probleme die in der Handlung auftreten, enden meist in Harmonie.

Die Heranwachsenden können sich mit den „Soaps“ identifizieren, da sie über ein reales Motiv verfügen und moralische Wertvorstellungen der Gesellschaft, an konkreten Beispielen verhandelt werden.

Die Konsumenten sind gezwungen sich mit der Handlung auseinanderzusetzen. Figuren, deren Verhalten den Erwartungen der „Zuschauer“ nie entsprechen, ermöglichen eigene Wertvorstellungen zu hinterfragen.

Der Theorie der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit zufolge, zielen die Handlungen auf Toleranz, Ehrlichkeit, Gerechtigkeit, Treue und Verzeihen, wodurch die Soap der Verbreitung und Sicherung von Normen und Werten dient. (vgl. Marci-Boehncke/ Rath 2009, S. 149).

In den qualitativen Interviews werden ebenso als Lieblingsformate „Serien“ erwähnt. (*„da man eine Veränderung im Laufe der Zeit sehen kann und immer etwas anderes passiert und wenn die Serie aufhört wenn es spannend ist, will man immer weiterschauen“*, S. 158)

Die Hypothese, dass „Daily Soaps“ das beliebteste Format bei den Heranwachsenden sind, kann anhand der empirischen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit bestätigt werden.

## ***H2: Ältere Kinder bevorzugen mehr „Daily Soaps“, als Jüngere.***

Empfohlen werden „Daily Soaps“ generell ab 12 Jahren. Die DVD Box von GZSZ, die im Handel erhältlich ist, ist beispielsweise ab FSK 12 freigegeben. (vgl. <http://www.amazon.de/Gute-Zeiten-schlechte-Best-GZSZ/dp/B0000YWGD0...07.12.2012>)

In der empirischen Studie sind teilweise die Häufigkeiten unterschiedlich verteilt. Kinder ab 10 Jahren tendieren eher zu Soaps wie „GZSZ“, „Marienhof“ etc. (ebenso „Schloss Einstein“ und „Bill Cosby“) und jüngere Kinder zu anderen Sendungen, wie z.B. „Löwenzahn“ oder japanische Serien.

Wie bei den Filmen (*siehe H3: Ältere Kinder bevorzugen mehr Filme ab (FSK 12), als Jüngere*) können Kinder erst ab ca. 10 Jahren die Inhalte besser verstehen, sich damit identifizieren, verarbeiten und auch Werte internalisieren.

Es lässt sich folglich eine Tendenz erkennen, dass ältere Kinder mehr „Daily Soaps“, bevorzugen als Jüngere.

### ***H3: Realserien werden gegenüber Animationsserien bevorzugt.***

Die empirische Studie der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit ergab, dass Realserien mit 77% häufiger genannt werden, als Animationsserien mit 23%. Der Unterschied ist signifikant ( $X^2=64,86$ ,  $p<.01$ ).

In den qualitativen Interviews wurden ebenso mehr Realserien genannt. Dazu gehörten „H20 – Plötzlich Meerjungfrau“, „Schloss Einstein“, „Zac und Cody“, „die Pfefferkörner“ und „Allein gegen die Zeit“. Darüber hinaus wurde die reale Sendung „Familie im Brennpunkt“ genannt.

Die Hypothese, dass Realserien gegenüber Animationsserien bevorzugt werden kann aufgrund der wissenschaftlichen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit bestätigt werden.

### ***H4: Realserien werden heute mehr bevorzugt, als Früher.***

Nach der empirischen Untersuchung, ist der Anteil an den genannten Realserien bis 2005 tendenziell abgefallen, um dann wieder zuzunehmen, was auch am jeweiligen Programmangebot der einzelnen Jahrgänge liegen könnte.

In den Gesamtnennungen fällt auf, dass insbesondere 2005 die meisten Animationsserien genannt werden. („Spongebob“, „Disneys Große Pause“, „Die Simpsons“)

„Die Simpsons“ ist eine Animationsserie die 1993, 1999, 2005 und 2012 als eine der beliebtesten Sendungen, genannt wird. An diesem Beispiel wird erkennbar, dass eine Serie (Animationsserie) weder weniger noch mehr bevorzugt wird, als früher.

Die Hypothese, dass Realserien heute mehr bevorzugt sind als Früher, kann resultierend aus den Ergebnissen nicht bestätigt werden.

	1993	1997	1999	2001	2005	2012
Realserie	91,5 %	87,5 %	74,3 %	78,6 %	51,4 %	80,5%
Animationsserie	8,5%	12,5 %	25,7 %	21,4 %	48,6 %	19,5%

Tabelle 64: Vergleich Realserie/ Animationsserie

***H5: Realserien werden mit zunehmendem Alter mehr bevorzugt.***

Mit zunehmendem Alter scheint die Vorliebe für Realserien der durchgeführten empirischen Studie zufolge, zuzunehmen. Während die 8 bis 9-jährigen zu 67% Realserien angeben, sind es bei den 12 bis 13-jährigen 86%.

Realserien wie „GZSZ“ werden generell ab 12 Jahren empfohlen.

Gleichermaßen die Serien auf Kika z.B. „Schloss Einstein“ und „Allein gegen die Zeit“ sind Jugendserien, die generell ab 12 Jahren empfohlen werden.

(vgl. [http://kinder.video4me.net/2011\\_10\\_12\\_archive.html...07.12.2012](http://kinder.video4me.net/2011_10_12_archive.html...07.12.2012))

Auch hier gilt, wie bei den Filmen (siehe H3: *Ältere Kinder bevorzugen mehr Filme ab (FSK 12), als Jüngere*), dass Kinder erst ab ca. 10 Jahren zunehmend die Inhalte besser verstehen. Umso älter Heranwachsende werden, umso besser können sie sich mit den Inhalten identifizieren, Werte internalisieren und sich mit der Handlung besser auseinandersetzen.

Die Hypothese, dass Realserien, mit zunehmendem Alter mehr bevorzugt werden kann daher tendenziell bestätigt werden.

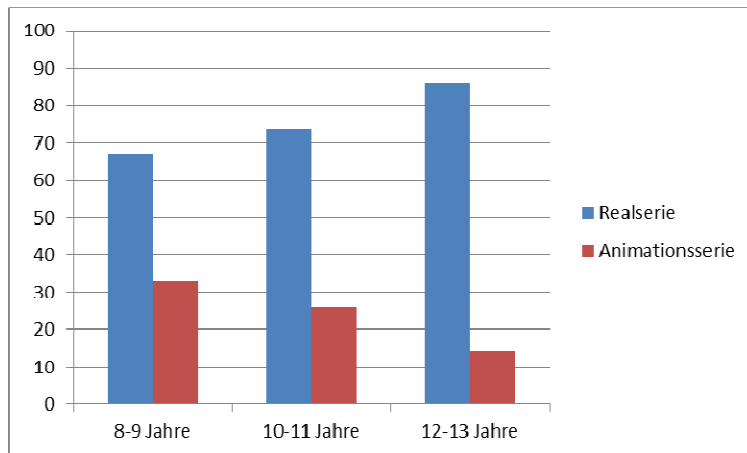


Tabelle 65: Vergleich Realserie/ Animationsserie nach Alter

#### IV. Wunschinhalte

##### Die beliebtesten Inhalte über alle Jahrgänge:

- Literaturverfilmungen (17%)
- Filme mit Tieren (13%)
- Wissenssendungen zu bestimmten Themen (12%)

##### 1999:

- Filme mit Tieren
- Alltagsgeschichten
- Literaturverfilmungen, Lebensgeschichten, Computerspielverfilmungen

##### 2012:

- Filme mit Tieren
- Literaturverfilmungen
- Idole (Musik, Schauspiel, Sport), Wissenssendungen, Fantasygeschichten

*H1: Die Lieblingsliteratur zu verfilmen (Literaturverfilmungen) wird von den Heranwachsenden am häufigsten genannt.*

Nach der durchgeführten empirischen Studie sind die „Literaturverfilmungen“ die am häufigste genannte Kategorie, über alle Jahrgänge hinweg, mit (17%).

Einige der Kinder wünschten sich Verfilmungen von, z.B. „Tintenherz“ und „die wilden Hühner“ von Cornelia Funke, die tatsächlich bis zum heutigen Tag mit großem Erfolg verfilmt wurden.



Es wäre daher wichtig, aktuelle Wünsche der Kinder, z.B. durch Studien zu erheben, um die Wünsche der Kinder auch in Zukunft umzusetzen.

Die Hypothese, dass die Lieblingsliteratur der Kinder verfilmt wird (Literaturverfilmungen) und zu den am häufigsten genannten Wunschinhalten der Heranwachsenden gehört, kann sich daher tendenziell bestätigen.

*H2: Wunschinhalte die die Realität und den Alltag widerspiegeln werden häufiger erwähnt, als realitätsfremde Inhalte.*

Werden die beliebtesten Wunschinhalte der durchgeführten Studie über die Jahrgänge beobachtet, lässt sich eine Tendenz, dass Wunschinhalte die Realität und den Alltag widerspiegeln und häufiger erwähnt werden, als realitätsfremde Inhalte, erkennen.

Filme mit Tieren (13%) und Wissenssendungen zu bestimmten Themen (12%) werden über die Jahre hinweg neben Literaturverfilmungen am häufigsten genannt.

1999 zählen außerdem zu den drei beliebtesten Wunschinhalten, Alltagsgeschichten und Lebensgeschichten.

2012 gehören Filme, die Idole (Sport oder Musik) beinhalten, zu den beliebtesten Wunschinhalten.

Auch innerhalb der qualitativen Interviews wird deutlich, dass sich Kinder Filme oder Serien wünschen, die die Realität widerspiegeln. Die Heranwachsenden bevorzugen eher realitätsnahe Inhalte (Realfilme, Realserien).

Daher kann die Hypothese, dass Wunschinhalte die die Realität und den Alltag widerspiegeln und häufiger erwähnt werden, als realitätsfremde Inhalte tendenziell durch die Ergebnisse der empirischen Studie bestätigt werden.

*H3: Jungen erwähnen mehr Gewalt- und Actionfilme, als Mädchen*

Es liegen generell, der empirischen Untersuchung zufolge, zwischen den Geschlechtern keine großen Unterschiede vor. Beide Geschlechter bevorzugen Literaturverfilmungen. Eine leichte Tendenz lässt sich erkennen, dass Jungen etwas lieber Wissenssendungen schauen und Mädchen dafür eher Filme über Idole (Sport, Musik) und mehr Fantasiegeschichten als ihre Wunschinhalte angeben. Die Hypothese, dass Jungen mehr Gewalt- und Actionfilme als Mädchen erwähnen, lässt sich in diesem Fall nicht bestätigen.

### *i. Anmerkungen zu den Wunschinhalten*

Aus den qualitativen Interviews wird von den Heranwachsenden verdeutlicht, dass die spannendsten Filme und Serien für „Große“ um eine unangemessene Zeit ausgestrahlt werden.

Beispielsweise wird „Schloss Einstein“ genannt, dass die Serie nur am frühen Nachmittag in der Woche zu sehen ist, wenn die meisten der Kinder noch in der Schule sind, oder spannende Filme beginnen, wenn die Heranwachsenden ins Bett gehen müssen.

Vom „allgemeinen Fernsehprogramm“ fühlen sich die meisten der Kinder gelangweilt. Sie sind der Meinung, dass es Inhaltlich mehr Sendungen für „Kleinere“ gibt. Ein Blick in das Tagesprogramm von Kika zeigt, dass es zu 85% Animationssendungen für jüngere Kinder spielt.

Dieser Kritikpunkt sollte im Auge behalten und die Programmverantwortlichen auf diesen Aspekt aufmerksam gemacht werden.

Kika wird von den Heranwachsenden nur selten geschaut. Sie bevorzugen eher Nickelodeon und Super RTL, was ebenfalls zu bedenken ist.

Denn Kika, der öffentlich Rechtliche Sender, sollte für ein anspruchsvolles Qualitätsfernsehen stehen. Die „Geschmäcker“ der Kinder aller Altersgruppen sind aus einer Mischung von animierten und realen Inhalten abzudecken.

## **V. Werte in Kino, Spielfilmen, Sendungen und Wunschinhalten**

### *H1: Werte des sozialen Miteinanders und zur Stabilisierung des Gemeinwesens werden am Häufigsten genannt.*

Mit Abstand werden in der durchgeführten empirischen Studie am häufigsten hedonistische (32%) und abstrakt fundamentale Werte (30%) in Kino und Spielfilmen genannt. In Sendungen gehören zu den meistgenannten Wertegruppen hedonistische (45%) und Selbsterfahrungswerte (42%). Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens werden bei Sendungen nicht genannt.

In den Wunschinhalten sind den Heranwachsenden am wichtigsten, Selbsterfahrungswerte (30%), gefolgt von abstrakt fundamentalen Werten (26%) und Werte des sozialen Miteinanders. (19%)

In der Gesamtheit der Wertnennungen betrachtet, sind die am häufigsten Werte hedonistische (29%), Selbsterfahrungswerte (26%) und abstrakt fundamentale Werte (23%).

Die Verteilung der Werte ergibt  $\chi^2=216,35$  und ist auf dem 1%-Niveau signifikant. Ebenso werden in den qualitativen durchgeführten Interviews hedonistische Werte (z.B. „Die Serie ist lustig und spannend“, „es um Abenteuer geht“ S. 142), genannt. Abstrakt fundamentale Werte sind gleichermaßen oft *erwähnt* (z.B. „*ich finde es gut wenn es auch um Liebe geht*“, „*Specialeffekte sind da miteingebaut*“, S. 160).

Die Liechtensteinerin berichtete im Interview, dass sie selbst gern einmal im Film mitspielen würde und mit ihren Freundinnen die „wilden Hühner“ nachspielte. (S. 145) Dabei kristallisieren sich die Selbstentfaltungswerte heraus.

Der 10-jährige Junge aus Thüringen nennt ebenfalls hedonistische Werte (z.B. bei den SIMPSONS findet er die Figuren lustig) und Selbstentfaltungswerte (z.B. bei DEN WILDEN KERLEN findet er den Torwart mutig).

In den qualitativen Interviews werden Werte des sozialen Miteinanders und zur Stabilisierung des Gemeinwesens, von den Interviewkindern, im Vergleich zu den anderen Wertegruppen, relativ wenig genannt.

Das 12-jährige Jurykind aus Liechtenstein erwähnt für sie wichtige Werte in Film und Fernsehen, wie Freundschaft, Liebe und Zusammenhalt. (S. 164)

Gleichermaßen ist im Gruppeninterview den Heranwachsenden Freundschaft wichtig, die ebenso einen hohen Stellenwert in der beliebten erwähnten Sendung „H20 – PLÖTZLICH MEERJUNGFRAU“ ist. (Wert des sozialen Miteinanders, S. 142)

Auch wenn die Kinder im Gruppeninterview ihre Themen in Film und Fernsehen selbst auswählen könnten, erwähnen alle Heranwachsenden Inhalte mit hedonistischen Werten. („*H2o und Action*“; „*Actionfilme*“; „*lustige Filme*“; „*auf jedenfall witzige Filme*“, S. 161)

Resultierend auf der empirischen Untersuchung und den qualitativen Interviews, kann die Hypothese, dass Werte des sozialen Miteinanders und zur Stabilisierung des Gemeinwesens am Häufigsten genannt werden, aufgrund der wenigen Nennungen, nicht bestätigt werden.

## *H2: Selbsterfahrungswerte scheinen mit zunehmendem Alter wichtiger.*

Es liegen nach der durchgeführten empirischen Studie bei den Wertegruppen in Kino- und Spielfilmen keine eindeutigen Unterschiede der Werte in den Altersklassen vor.

Jedoch scheinen im Hinblick auf die Sendungswerte die Selbsterfahrungswerte mit zunehmendem Alter wichtiger zu werden.

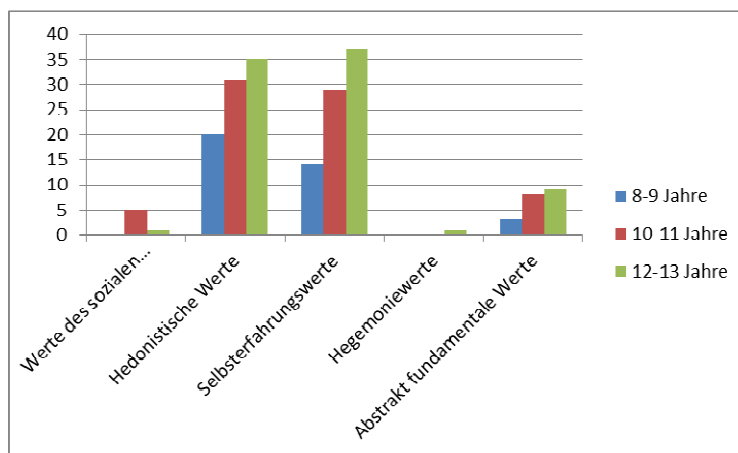


Tabelle 66: Wertegruppen nach Alter

Ebenso werden die Selbsterfahrungswerte mit zunehmendem Alter, im Vergleich zu anderen Werten, bei den genannten Wunschinhalten wichtiger.

Aus diesem Grund kann sich die Hypothese, dass Selbsterfahrungswerte mit zunehmendem Alter immer wichtiger werden, im Hinblick auf die Wunschinhalte und Sendungswerte, tendenziell bestätigen.

## *H3: Die Nennung Hedonistischer Werte hat in den letzten 20 Jahren in Film und Fernsehen zugenommen.*

Im Laufe der letzten 20 Jahre, nach der empirischen Studie, hat der Wert „Hedonismus“ in Kino- und Spielfilmen an Bedeutung gewonnen. Bei den Sendungen sind keine Tendenzen zu Veränderungen über die Zeit erkennbar. Jedoch scheinen die Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens in den Wunschinhalten abzunehmen und die Selbsterfahrungs- und abstrakt-fundamentalen Werte etwas zuzunehmen.

Nach den durchgeführten Teststatistiken, mit der Überprüfung, ob sich der jeweilige Wert im Laufe der Jahre geändert hat, (erste Prüfgröße gibt an, ob es über alle 6 Werte überzufällige Abweichungen von der mittleren Häufigkeit gibt; die zweite Prüfgröße gibt den Vergleich von 1993 und 2012 an), zeigt sich ein starker Anstieg von hedonistischen (1993:17%, 2012:37%) und Selbsterfahrungswerten. (1993:15%, 2012:29%)

Ebenso ist ein deutlicher Rückgang von Hegemoniewerten (1993:15%, 2012:1%) und Werten des sozialen Miteinanders zu beobachten. (1993:20%, 2012:17%)

Folglich kann die Hypothese, dass die Nennung hedonistischer Werte in den letzten 20 Jahren in Film und Fernsehen zugenommen hat, bestätigt werden.

#### *H4: Mädchen bevorzugen andere Wertegruppen, als Jungen.*

Nach der durchgeführten empirischen Studie der wissenschaftlichen Arbeit, sind innerhalb der Werte, getrennt für Mädchen und Jungen, einige leichte Tendenzen erkennbar.

Mädchen bevorzugen Werte des sozialen Miteinanders (Mädchen: 47 Nennungen/ 14%, Jungen: 28 Nennungen/ 10%) und Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens (Mädchen: 26 Nennungen/ 8%, Jungen: 9 Nennungen/ 3%). Jungen dagegen bevorzugen etwas mehr Hegemoniewerte. (Mädchen: 10 Nennungen/ 3%, Jungen: 16 Nennungen/ 6%). Jedoch sind die Ergebnisse nicht signifikant.

Die Hypothese, dass Mädchen andere Wertegruppen, als Jungen bevorzugen, lässt sich nicht statistisch bestätigen. Darüber hinaus sind aber leichte Tendenzen erkennbar.

#### *H5: Persönliche Werte sind den Heranwachsenden wichtiger als gesellschaftliche Werte.*

Der empirischen Studie zufolge werden bei „Kino- und Spielfilmen“ Persönliche Werte (57%) etwas häufiger genannt als gesellschaftliche Werte (43%). Bei den „Sendungen“ sind den Heranwachsenden Persönliche Werte (91,6%) insgesamt sehr viel wichtiger, als gesellschaftliche Werte. (6,5%)

Innerhalb der Wunschinhalte sind persönliche Werte wichtiger (70,4 %), als gesellschaftliche Werte. (29,6 %)

In der Gesamtheit betrachtet, werden persönliche Werte häufiger genannt, als gesellschaftliche Werte. Für die aufgeführte Statistik ergibt sich  $X^2=76,70$ , woraus  $p<.01$  folgt.

Das Ergebnis ist demnach signifikant und die Hypothese das persönliche Werte den Heranwachsenden wichtiger als gesellschaftliche Werte sind, kann bestätigt werden.

Auch nach den durchgeführten qualitativen Interviews lässt sich erkennen (nach den Werten in genannten Lieblingsserien, Filmen etc.), dass den Interviewkindern gleichermaßen persönliche Werte wichtiger sind.

***H6: Heute werden persönliche Werte häufiger genannt als früher.***

Die Ergebnisse der durchgeführten empirischen Untersuchung zeigen, dass vor etwa 20 Jahren bei Kino- und Spielfilmen ein ausgeglichenes Verhältnis von persönlichen und gesellschaftlichen Werten herrschte. Vor zehn Jahren überwogen gesellschaftliche Werte und heute ist deutlich eine Tendenz zu persönlichen Werten, weitgehend generell unabhängig vom Alter, ersichtlich. (siehe S. 120)

Ähnlich wie bei den Kino- und Spielfilmen zeigt sich bei den Sendungen ein gleiches Ergebnis. Vor 20 Jahren waren persönliche und gesellschaftliche Werte etwa ausgeglichen und vor 10 Jahren überwogen eher gesellschaftliche Werte. Die letzten Jahre veranschaulichen eine Tendenz zu persönlichen Werten.

In der Gesamtheit betrachtet sind im Laufe der letzten 20 Jahre persönliche Werte etwas wichtiger geworden. Während vor 20 Jahren noch recht ausgeglichen persönliche und gesellschaftliche Werte genannt wurden, sind es heute zu etwa 80% persönliche Werte. Alle Statistiken sind signifikant und die Hypothese, dass persönliche Werte heute häufiger genannt werden als früher, kann daher bestätigt werden.

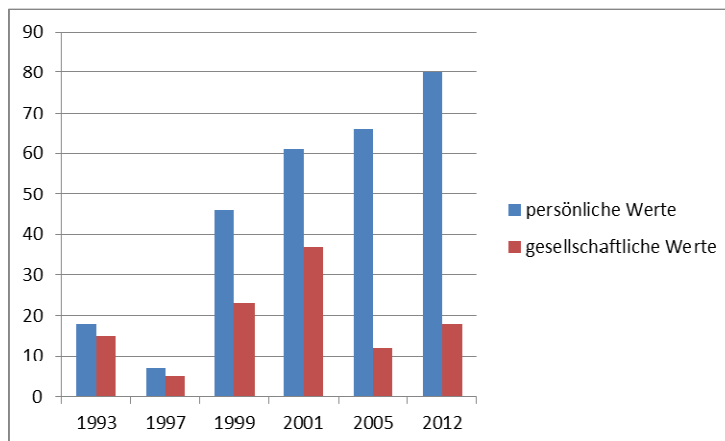


Tabelle 67: Relevanz- Werte nach Jahren

***H7: Jüngere Kinder bevorzugen andere Wertegruppen als Ältere.***

Innerhalb Kino- und Spielfilmen liegen nach den Ergebnissen der empirischen Studie keine deutlichen Unterschiede der Werte in Altersklassen vor.

Ebenso ist bei den Sendungen und Wunschinhalten kein Alterseffekt erkennbar.

Weiterhin zeigen sich in den Nennungen von persönlichen und gesellschaftlichen Werten, in Abhängigkeit vom Alter, Unterschiede. Bei den gesellschaftlichen Werten liegen signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen vor.

	8-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre	Statistik
Persönliche Werte	60 (76%)	109 (69%)	278 (87%)	$X^2=2,1$ 3
Gesellschaftliche Werte	19 (24%)	50 (31%)	41 (13%)	$X^2=7,2$ 6**

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 68: Relevanz- Werte nach Alter

Hinsichtlich der einzelnen Wertegruppen kann die Hypothese, dass jüngere Kinder andere Wertegruppen bevorzugen als Ältere, nicht bestätigt werden. Allerdings lassen sich in der Unterteilung in persönliche und gesellschaftliche Werte signifikante Unterschiede erkennen.

Die Heranwachsenden im Alter von 12-13 Jahren erwähnen am häufigsten persönliche und am wenigsten, gesellschaftliche Werte.

**H8: Jungen erwähnen mehr gesellschaftliche Werte, als Mädchen.**

Die Ergebnisse der durchgeführten empirischen Untersuchung zeigen, dass die Nennungen von persönlichen und gesellschaftlichen Werten keine Geschlechtseffekte aufweisen.

Aus diesem Grund kann sich die Hypothese, dass Jungen mehr gesellschaftliche Werte als Mädchen nennen, nicht bestätigen.

	weiblich	männlich	Statistik
Persönliche Werte	155 (72%)	123 (71%)	$X^2=0,$ 01
Gesellschaftliche Werte	60 (28%)	50 (29%)	$X^2=0,$ 02

\*\*\* signifikant mit  $\alpha=.01$ , \*\* signifikant mit  $\alpha=.05$ , \* signifikant mit  $\alpha=.10$

Tabelle 69: Relevanz- Werte nach Geschlecht

## *ii. Anmerkungen zu Werten*

Es lassen sich einige Parallelen mit der durchgeführten empirischen Studie der vorliegenden Arbeit erkennen, auch wenn sich die „Shell-Jugendstudie“ eher auf „ältere Kinder“ bezieht.

Ebenso trifft der gesellschaftliche Wandel auch auf „jüngere Kinder“. Lediglich gehören die Heranwachsenden zu einer „neuen Generation“.

Innerhalb der Shell Jugendstudie 2002 lag besondere Aufmerksamkeit auf den längerfristigem Trend der Werte und der Mentalität der Jugend, über eine Spanne von knapp 15 Jahren. Es konnte festgestellt werden, dass im Unterschied zu den 80er Jahren, heute die Jugendlichen, eine stärker pragmatische Haltung einnehmen.

Im Laufe der 90er Jahre wurden den Heranwachsenden Leistung, Sicherheit und Macht wichtiger. In der zweiten Hälfte der 80er Jahre waren für 62% der Jugendlichen „Fleiß und Ehrgeiz“ (Selbstentfaltungswerte) und 2002 bereits 75% von Bedeutung.

Das „Streben nach Sicherheit“ (Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens) stieg von 69% auf 79% und „Macht und Einfluss“ (Hegemoniewerte) von 27% auf 36%. (Vergleich nur für alte deutsche Bundesländer)

Darüber hinaus war das politische Interesse bereits schon in der zweiten Hälfte der 80er Jahre nicht besonders hoch ausgeprägt, sank seitdem jedoch von 33% weiter auf 23% ab. Heute geht es den Heranwachsenden nicht nur um das persönliche Vorankommen, sondern gleichermaßen darum, ihr soziales Umfeld aus Familie, Freunden und Bekannten zu pflegen. Viele interessieren sich dafür, was in der Gesellschaft vor sich geht. (*vgl. shell.de...10.12.2012*)

In der gegenwärtigen und zukünftigen gesellschaftlichen Lage müssen sich die Heranwachsenden heute einer hohen Leistungsanforderung stellen und sind gleichzeitig höheren Risiken ausgesetzt. Neben Leistungsdruck (schulischem oder beruflichem Versagen) müssen die Heranwachsenden Risiken in einer Welt, wo alle Grenzen offen stehen und sie persönlichen Unsicherheiten ausgesetzt sind, annehmen.

Jugendliche tendieren in dieser neuen Lage zu Wertorientierungen der „Naivität“ oder „Kontraproduktivität“.



Viele der Heranwachsenden reagieren auf die neue gesellschaftliche Situation nicht mehr wie früher mit „Protest“, sondern sie erhöhen vielmehr ihre Leistungsanstrengungen, in dem sie in ihrer sozialen Umwelt Chancen ergreifen und Risiken minimieren wollen.

Die neue pragmatische Haltung tendiert zu einem ausgeprägt positiven Denken. Der Pessimismus früherer Generationen ist sozusagen „passé“. (vgl. Shell Jugendstudie 2002)

Desweiteren bleibt 2010 Bildung und der Schulabschluss, der Schlüssel zum Erfolg. Pessimistisch blicken eher Jugendliche, die unsicher sind, ihren Schulabschluss zu erreichen, in die Zukunft.

Die Werte und Lebenseinstellungen von Jugendlichen bleiben weiterhin pragmatisch. Der persönliche Erfolg innerhalb einer Leistungs- und Konsumgesellschaft ist den Heranwachsenden sehr wichtig.

Fleiß und Ehrgeiz (Selbstentfaltungswerte) stehen mit 60% der Jugendlichen hoch im Kurs. Da darf der Spaß (Hedonistische Werte) nicht zu kurz kommen. 57% der Jugendlichen wollen ihr Leben intensiv genießen. (Hedonistische Werte).

Resultierend aus den Ergebnissen der durchgeführten empirischen Studie, werden mit Abstand am häufigsten hedonistische Werte (32%) genannt. Ebenso kann mit der durchgeführten Untersuchung bestätigt werden, dass hedonistische Werte in den letzten 20 Jahren in Film und Fernsehen zugenommen haben.

In der Shell-Jugendstudie 2002 wurden hedonistische Werte zum Vergleich noch nicht hervorgehoben.

Die gesellschaftliche Aktivität der Jugendlichen, wird in den Shell Jugendstudien gleichermaßen erfasst und die Ergebnisse zeigen, dass der Einsatz für gesellschaftliche Angelegenheiten und für andere Menschen zu ihrem Lebensstil ganz selbstverständlich dazugehört. Die Heranwachsenden kümmern sich in ihrer Freizeit um ältere Menschen, die Hilfe brauchen, setzen sich für den Umwelt- und Tierschutz ein, für sozial schwache Menschen und für ein besseres Zusammenleben mit Ausländern. (vgl. Shell Jugendstudie 2002) Das soziale Engagement ist bis 2010 sogar noch angestiegen. Als beliebteste Wunschinhalte über alle Jahre hinweg, werden in der durchgeführten empirischen Studie der vorliegenden Arbeit, „Filme mit Tieren“ genannt. Das zeigt außerdem das soziale Engagement der Heranwachsenden.

Nach der durchgeführten empirischen Studie lassen sich kaum Unterschiede der Werteneinungen zwischen den Geschlechtern erkennen.

Bezüglich der 14. Shell-Jugendstudie (2002) wird der Wertewandel besonders deutlich vom weiblichen Geschlecht getragen. „Junge Frauen“ sind heute ehrgeiziger, aber auch sicherheitsbewusster geworden. Sie nähern sich teilweise männlichen Stereotypen an, indem sie heute z.B. „Macht und Einfluss“ (Hegemoniewerte) wichtiger finden, als früher.

Hegemoniewerte sind noch immer nicht so wichtig für die männlichen Heranwachsenden, bezüglich der empirischen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit. Allerdings sind Selbstentfaltungswerte wie „Karriere machen, „sich selbständig machen“ und „Verantwortung übernehmen“ für Jungen genauso wichtig wie für Mädchen. (vgl. ebd.)

Das ergaben gleichermaßen die quantitativen Ergebnisse der vorliegenden Studie (Mädchen: 27%, Jungen 25%).

Nach der Shell-Jugendstudie 2002 und den Ergebnissen der durchgeführten quantitativen Untersuchung, sind Mädchen, nach wie vor emotionaler, toleranter, umweltbewusster und sozialer. (Werte des sozialen Miteinanders, Werte zu Stabilisierung des Gemeinwesens).

## **VI. Internet**

*H1: Die meisten der Heranwachsenden nutzen das Internet.*

Nach der durchgeführten empirischen Studie nutzen 85 % der Grundgesamtheit das Internet.

Die Häufigkeit der Internetnutzung über alle Jahre und Altersklassen summiert, zeigt, dass

die Verteilung von Heranwachsenden, die das Internet täglich mehrmals pro Woche oder seltener nutzen, etwa gleich ist. Von 14 % der Heranwachsenden wurde das Internet noch nie genutzt.

Daher kann die Hypothese, dass die meisten der Heranwachsenden das Internet nutzen, bestätigt werden.

### *H2: Das Internet wird häufiger genutzt, als früher.*

Die empirische Untersuchung zeigt, dass die Internetnutzung im Laufe der letzten 10 Jahre über alle Altersklassen hinweg zugenommen hat. Zur empirischen Erhebung „Zunahme der Internetnutzung“ wurde der Kruskal-Wallis-Test verwendet. Die Zunahme der Internetnutzung überhaupt ( $p=.006$ ) und die häufigere Internetnutzung ( $p=.001$ ) im Verlauf der letzten 10 Jahre sind statistisch belegbar. Aus diesem Grund ist die Hypothese, dass das Internet häufiger genutzt wird als früher, belegbar.

Nach den qualitativen Interviews nutzt die 12-jährige Liechtensteinerin das Internet, wenn sie es nicht schafft, Filme und Serien im Fernsehen zu schauen. Sie erwähnt, dass mit bestimmten Programmen (Clipfish oder Youtube) alle Sendungen nachgeschaut werden können. (S. 165)

### *H3: Ältere Kinder nutzen häufiger das Internet als Jüngere.*

Resultierend aus der durchgeführten empirischen Untersuchung lassen sich keine Unterschiede in der Internetnutzung in Abhängigkeit vom Alter belegen. ( $p=.542$  und  $p=.175$ )

Daher lässt sich die Hypothese, dass ältere Kinder häufiger nutzen als Jüngere, nicht bestätigen.

### *H4: Durch die Zunahme der Internetnutzung, hat die Fernsehnutzung in den letzten Jahren abgenommen.*

Ausgehend von der Hypothese, ob Zusammenhang zwischen Fernsehhäufigkeit und Internetnutzung vorliegt, wurde eine Korrelationsberechnung durchgeführt. Es ergab sich eine Korrelation von  $r=0,08$  (sehr gering), die nicht signifikant ( $p=.46$ ) ist. Dadurch lässt sich ein Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Internetnutzung nicht feststellen und die Hypothese, dass durch die Zunahme der Internetnutzung die Fernsehnutzung in den letzten Jahren abgenommen hat, nicht bestätigen.

Die Liechtensteinerin würde sich auf die Frage, wenn sie die Wahl zwischen Internet und Fernsehen hätte, für das Internet entscheiden. („da du dort alles rausfinden kannst und auch komplett auswählen“, S. 165)

### iii. Anmerkungen zum Internet:

Das Freizeitverhalten hängt sehr von der sozialen Herkunft ab. Heranwachsende aus privilegierten Elternhäusern beschäftigen sich verstärkt mit Lesen, kreativen Tätigkeiten und pflegen vielfältig soziale Kontakte. Kinder und Jugendliche aus benachteiligten Familien sind vorrangig mit Computer spielen und Fernsehen beschäftigt.

Nach den Ergebnissen der durchgeführten empirischen Studien, haben mittlerweile fast alle Heranwachsenden (96 Prozent) einen Zugang zum Internet (2002 waren es nur 66 Prozent).

Nicht nur die Zahl der Internetnutzer ist gestiegen, sondern auch die Zahl der Stunden, die Jugendliche im Netz verbringen: „Im Schnitt fast 13 Stunden pro Woche“. (vgl. Shell Jugendstudie 2010)

## VII. Goldener Spatz

*H1: Die Kinder wurden durch die öffentlich rechtlichen Sender auf den „Goldenen Spatz“ am meisten aufmerksam.*

Nach der empirischen durchgeführten Studie, sind die meisten Kinder durch öffentlich-rechtliche Sender (42%) auf den Goldenen Spatz aufmerksam geworden, aber auch andere, durch private Sender (19%) oder durch das soziale Umfeld (21,7%).

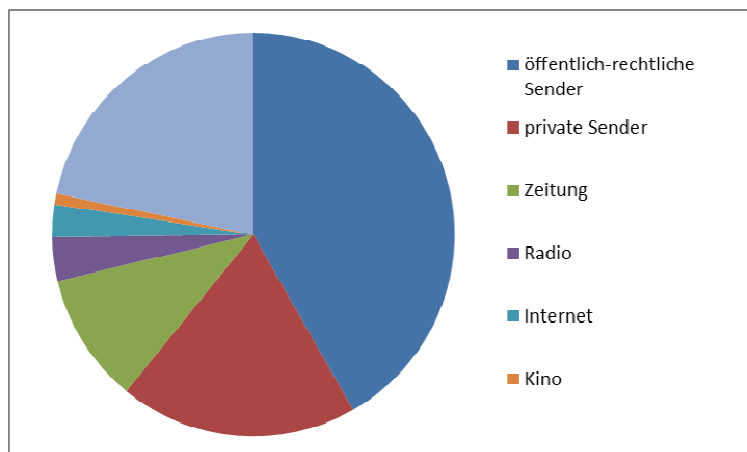


Tabelle 70: Aufmerksamkeit auf den GOLDENEN SPATZ

Die Aufmerksamkeit auf das Kinderfilm- und Fernsehfestival „Goldener Spatz“ könnte mit den Werbekampagnen in den Sendern für das Festival zusammenhängen.

Das Ergebnis würde demnach bedeuten, dass im öffentlich-rechtlichen Fernsehen am meisten für den „Goldenen Spatz“ geworben wurde.

Die Ergebnisse zeigen aber auch eine Tendenz, dass die Aufmerksamkeit auf die öffentlich-rechtlichen Sender hoch ist und das „soziale Umfeld“ ebenfalls eine Rolle spielt.

## **VIII. Familie**

Knapp 70% (deutlich mehr, als in früheren Shell Jugendstudien) der Heranwachsenden würden ihre eigenen Kinder genauso, oder wenigstens ungefähr, so erziehen, wie sie selber von ihren Eltern erzogen wurden. (vgl. Shell Jugendstudie 2002)

Insgesamt zeigt sich demnach zwischen den familiären Generationen ein hohes Maß an Akzeptanz und Übereinstimmung. Die Bedeutung der Familie für Jugendliche ist bis 2010 ein weiteres Mal angestiegen.

76 Prozent der Heranwachsenden stellen in Zeiten, in denen die Anforderungen in Schule und Ausbildung steigen, fest, dass die Familie gebraucht wird, um glücklich zu leben.

Die Mehrheit der Heranwachsenden findet bei den Eltern Rückhalt und emotionale Unterstützung. Über 90 Prozent der Jugendlichen haben ein gutes Verhältnis zu ihren Eltern und sind mit deren Erziehungsmethoden gleichermaßen wie 2002, einverstanden. „Karriere machen“ (Selbstentfaltungswerte) und „Familie“ (Abstrakt fundamentale Werte) schließen sich allerdings bei den meisten der Heranwachsenden auf die eigenen Lebensansprüche bezogen, nicht an.

Lediglich bilden sich zwei zentrale Zielvorstellungen für die eigene Lebensführung. (vgl. Shell Jugendstudie 2002). Gestiegen ist der Wunsch nach eigenen Kindern. (abstrakt fundamentale Werte)

69 Prozent der Jugendlichen wünschen sich Nachwuchs. (vgl. Shell Jugendstudie 2010)

Im Ergebnis des Theorieteils der vorliegenden Arbeit, ist die gemeinsame Mediennutzung in der Kernfamilie, im Kindergarten oder in der Schule, ein wesentliches Element der Mediensozialisation.

Bei älteren Kindern ist das Fernsehen die häufigste Aktivität, die sie am liebsten mit ihren Eltern teilen. Die Eltern sind auch sogenannte „Regulatoren“, die Einfluss auf die Mediennutzung ihrer Heranwachsenden haben. (vgl. Süß 2004, S. 62)

Wenn Eltern selbst ihren Kindern „ein Vorbild“ sind, ihnen Orientierungshilfen bieten und gemeinsam mit ihren „Schützlingen“ Gesehenes reflektieren, kann ein negativer Einfluss der Medien verhindert werden.

## **11.2 Kinder dieser Zeit – Zeit für Veränderung?**

---

In diesem Teil der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit, soll im Sinne des Erkenntnisinteresses und der Ergebnisse diskutiert werden, ob Zeit für eine Veränderung ist. (siehe Titel)

### **11.2.1 Wertewandel – Zeit für Veränderung?**

---

Wie bereits in der Einleitung der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit erwähnt, ist oft nach Russi (2010) beklagt worden, dass es zu einem „Werteverfall in jüngerer Zeit gekommen ist.

Nach den vorherigen Hypothesen ist ein Wertewandel feststellbar, der im Zusammenhang mit dem sozialen Wandel steht. Prozesse wie Individualisierung und sozialer Wandel würden ohne die Rolle von Medien unvollständig bleiben (vgl. Jäckel, 2005.)

Zunehmend wichtiger ist in den letzten Jahren die Individualität geworden, die sich an einem starken Anstieg hedonistischer und Selbsterfahrungswerten und ein deutlicher Rückgang von Hegemoniewerten und Werten des sozialen Miteinanders bemerkbar macht.

Interessant ist ebenso das Ergebnis der durchgeführten Untersuchung im Hinblick auf die Einteilung gesellschaftlicher und persönlicher Werte. Wo vor 20 Jahren noch ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen persönlichen und gesellschaftlichen Werten herrschte, liegt nach der empirischen Untersuchung der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit, heute ein signifikantes Ergebnis mit 80% Tendenz zu persönlichen Werten vor.

### **i. Worin liegen die Ursachen für dieses Ergebnis?**

Das Bild vom Kind in unserer heutigen Gesellschaft wird von „den Erwachsenen“ stark beeinflusst. Dieses Bild zeigt sich in gesellschaftspolitischen Maßnahmen und wird durch die Medien transportiert.

Kindheit prägt gegenwärtig in herausragender Weise den gesellschaftlichen Diskurs, aber auch Gesellschaftliche und politische Debatten zeichnen in umgekehrter Sicht ein Bild über die Kindheit.

Diese Phase ist nicht zweckfrei, sondern ist an zahlreiche Entwürfe, Anforderungen und Herausforderungen unserer Gesellschaft gebunden.

In der heutigen westlichen, hochindustrialisierten Gesellschaft sind Bilder und Erklärungen von Kindern zu finden, die das Resultat eines langen gesellschaftlichen Prozesses sind.

Wie schon im Theorieteil der Arbeit beschrieben, fasst die neuere Kindheitsforschung die Kindheit nicht lediglich als Inbegriff von Reifungs- und Entwicklungsprozessen, sondern als ein soziales Phänomen auf, das sich historisch verändert. Somit ist die Kindheit ein Konstrukt, das auf die Rolle des Kindes in der Gesellschaft verweist. Dabei sind die Inhalte dieser Rolle Regeln, Normen und Erwartungen, die Erwachsenen den Heranwachsenden zuschreiben.

Das Thema Kindheit prägt den gesellschaftlichen Diskurs und umgekehrt wird ein Bild von den gesellschaftlichen und politischen Debatten gezeichnet. Kindheit wird nicht als Zweckfrei dargestellt, sondern an eine Bindung zahlreicher Entwürfe, Herausforderungen und Anforderungen, die mit dem Aufwachsen in unserer Gesellschaft verbunden sind. (vgl. Schick/Ebbrecht 2011 S. 122f)

Der Druck auf „die neue Generation“ ist in unserer Gesellschaft (durch eine abfallende Geburtenrate und der damit verbundenen, gestiegenen Lebenserwartung der Gesamtbevölkerung) gewachsen. Daher werden die Heranwachsenden zunehmend als ein seltenes und umso wertvolleres „Gut“ unserer Gesellschaft definiert und müssen sich den Erwartungen einer Leistungs- und Wissensgesellschaft stellen.

Die Erwartungen und die Lebensformen, in denen das „Heranwachsen“ stattfindet, sind einem Wandel unterworfen.

Wenn Lebensentwürfe unterschiedlicher Generationen verglichen werden, zeigt sich, wie im Theorieteil beschrieben, dass eine Tendenz darin besteht, einige Orientierungen immer wieder in Frage zu stellen, um später wieder neu zu entdecken und aufzunehmen.

Normen, Kenntnisse und Fertigkeiten, von der älteren Generation an die neue Generation ihrer Kinder zu vermitteln, ist eine Grundvoraussetzung jeder menschlichen Gesellschaft. Nur auf diesem Wege ist es möglich kulturelle, soziale und wirtschaftliche Kontinuität in der Lebenszeit der Menschen zu garantieren.

Heutzutage kommt es jedoch in wachsendem Umfang zu Diskontinuitäten und Wandlungsprozessen, bei denen die „jüngere Generation“ Lernprozesse nachvollziehen muss, die sich mit den Zielen und Werten älterer Menschen nur schwer vereinbaren lässt. Konflikte sind somit vorprogrammiert. Die „neue Generation“ ist heute den „älteren Generationen“ um einiges voraus. (z.B. wenn Großeltern durch die Enkel in neue Medien eingeführt werden)

## **ii. Mit positivem Blick in die Zukunft?**

Nach der aktuellsten 16. Shell Jugendstudie (2010) herrscht bei den Jugendlichen in Deutschland noch immer eine positive Grundstimmung auf das, was die Zukunft unserer Gesellschaft betrifft. Die heutige junge Generation in Deutschland bleibt zuversichtlich und lässt sich weder durch die Wirtschaftskrise noch durch die unsicher gewordenen Berufsverläufe und -perspektiven von ihrer optimistischen Grundhaltung abbringen. Tatsächlich ist der Anteil der Optimisten sogar noch bis 2010 (vgl. 16. Shell Jugendstudie 2010) gestiegen. 59 Prozent (2006: 50 Prozent) der Jugendlichen blicken ihrer Zukunft zuversichtlich entgegen, 35 Prozent äußern sich unentschieden und nur 6 Prozent sehen ihre Zukunft eher düster.

Sich aber in gesellschaftliche Prozesse einzumischen (z.B. Politik) war 2002 nicht bei den Heranwachsenden angesagt. Diese Einstellung der Jugend geht nach der 14. Shell Jugendstudie auf einen grundlegenden Wertewandel, hin zu einer neuen pragmatischen Haltung zurück.

Dabei orientieren sich die Jugendlichen an konkreten und praktischen Problemen, die für sie mit persönlichen Chancen verbunden sind. Das zeigt sich in hohem Maße in der persönlichen Leistungsbereitschaft („aufsteigen statt aussteigen“).

Desweiteres ist das politische Interesse bei Jugendlichen weiterhin (liegt noch deutlich unter dem Niveau der 1970er und 1980er Jahre) wieder leicht angestiegen. (vgl. 14. Shell Jugendstudie 2002)



Bei den 12 bis 14-jährigen ist das Interesse der letzten acht Jahre mit 21 Prozent, fast auf das Doppelte angestiegen. Jugendliche zeigen 2010 einen ausgeprägten Missmut gegenüber der Wirtschaft und Finanzen. Das Vertrauen in Banken hat am meisten gelitten.

Die Heranwachsenden sind aber 2010 durchaus bereit, sich an politischen Aktivitäten zu beteiligen, gerade wenn ihnen eine Sache persönlich wichtig ist.

„Die neue Generation“ blickt (2010) in der Gesamtheit betrachtet, optimistisch in die Zukunft und ist mit ihrer Lebenssituation zufrieden.

Insgesamt ist die Leistung und Sicherheit bei den Heranwachsenden heute groß geschrieben. Die Gesellschaft hat sich geändert und jede Generation hat trotzdem ihre Besonderheiten. Neue Generationen schätzen „alte“ Wertorientierungen noch immer und etwas „Neues“ ist hinzugekommen. Immer mehr Heranwachsende verknüpfen „moderne“ mit „alten“ Werten wie Ordnung, Sicherheit und Fleiß.

Sie entwickeln ein neues, unbefangenes Verhältnis, das eine wesentliche Grundlage für ein interessantes, erlebnisreiches und sinnvolles Leben ist. (vgl. shell.de...10.12.2012)

Nach den Shell-Jugendstudien sind die Heranwachsenden heute selbstbewusste Macher und pragmatische Idealisten. Die „neue Generation“ ist psychologisch für die neuen Anforderungen in der ganzen Breite des Lebens gefestigt.

Dennoch sollte ein Auge auf die Heranwachsenden, die mit den Leistungsanforderungen in Schule und Ausbildung weniger zurechtkommen, geworfen werden. Ein kleiner Teil könnte zu einem gewissen Gewaltpotential bzw. Radikalismus neigen. Deshalb ist es wichtig, solche „Heranwachsenden“ aus ihrer Apathie und Passivität zu holen und sozial besser zu integrieren.

Die Heranwachsenden heute, gehören genauso, wie noch die Generation vor 20 Jahren, (nach der Aussage von Karl Mannheim) einer Generation mit einem gemeinsamen Generationsbewusstsein an.

Gesellschaft ändert sich, resultierend auch Generationszusammenhänge und die damit verbundenen Generationseinheiten.

„Neue Generationen“ wachsen mit den „heutigen“ gesellschaftlichen Diskursen.

Jede Generation, auch die „Kriegsgeneration“, ist an den damaligen Problemen gewachsen.

Jede Generation passt sich den Umständen der jeweiligen Zeit an. Wichtig dabei ist nur, dass die Erwachsenen von heute, auch in die Zukunft der Kinder „vertrauen“ und ihnen auch mehr „zutrauen“.

Schon wie im emanzipatorischen Ansatz der Medienpädagogik sollten Kinder als eine eigene gesellschaftliche Gruppe, als „handelnde“ und nicht als zu „behandelnde“, eines bestimmten Vorgangs angesehen werden.

Das bedeutet nach der Theorie der vorliegenden Arbeit (vgl. Schell, 2001), die Heranwachsenden so zu befähigen, die Medien aktiv und selbst bestimmt zu nutzen, um sich auch mit ihrer Hilfe in der Öffentlichkeit bzw. im sozialen Umfeld mitzuteilen. Auch Film und Fernsehen sollten neben Entspannung und Spaß für eine bewusste und gezielte Kommunikation verwendet werden, um sie als Mittel zur Entfaltung der eigenen Fantasie und Kreativität einzusetzen. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 121)

Die „Kindheit“ sollte dabei nicht verschwinden (nach Neil Postman), sondern „Geheimnisse der Erwachsenenwelt“ in gewisser Weise bewahrt werden. Die Heranwachsenden wollen für ihr Alter entsprechende Fragen stellen und „Bilder“ sehen wenn sie „bereit dazu sind.“

### **11.2.2 Kinderfilm und -fernsehen – Zeit für Veränderung?**

---

Dass Fernsehen sich als Leitmedium etabliert hat, zur Alltagswelt der Kinder dazugehört und mit Information, Unterhaltung und Erfahrungen für die Entwicklung von Wertvorstellungen einen wichtigen Beitrag leistet, kann sich innerhalb der Arbeit durchaus bestätigen.

Da die Kinder heute mit elektronischen Medien aufwachsen, sollten die Heranwachsenden nicht als bloße Zielgruppe betrachtet werden, sondern ihre Wünsche, Bedürfnisse und Gewohnheiten ernstgenommen werden. Deshalb wurde auch die empirische Studie durchgeführt die die Sichtweisen der Kinder im Zeitraum von fast 20 Jahren betrachtet.

Es hat sich gezeigt, dass eine kindgerechte Dramaturgie, die sich nach intellektuellen Fähigkeiten und psychosozialen Entwicklungen der Kinder orientiert, erheblich wichtig für die Sozialisation der Heranwachsenden ist. Kinder haben genauso den Anspruch auf Förderung und Qualitätssicherung in Film und Fernsehen, wie die Erwachsenen.

In der breiten Öffentlichkeit und bei vielen Fachleuten sollte Film und Fernsehen für die Heranwachsenden noch viel ernster genommen werden.

Lange bestand ein Mangel in dieser Kategorie und auch heute gibt es noch Lücken. Programmverantwortliche sollten sich darüber im Klaren sein.

### **i. Kinderfilmentwicklung**

Gerade im Alter zwischen 9 und 13 Jahren fühlen sich die Heranwachsenden für das Kinderprogramm zu alt und für das Erwachsenen-Programm zu jung. Realfilme wie „die Vorstadtkrokodile“, „die wilden Kerle“ und „die wilden Hühner“ sind deutsche Produktionen der letzten Jahre, die die Ansprüche der Kinder erfüllen. Heranwachsende können sich mit den Figuren und der Handlung identifizieren.

Filmproduzentin Uschi Reich (bekannt auch durch „Die wilden Hühner“) konnte mit ihren Kinderfilmen künstlerisch und wirtschaftlich Erfolge erzielen.

Noch bis zu ihrer Kästner-Adaption „Pünktchen und Anton“ 1998 galt das als ausgesprochen schwierig.

Mit 1,7 Millionen Zuschauern war der Film „Vorbote“ eine Entwicklung, die den Kinderfilm in Deutschland zum Jahrtausendwechsel von seinem „Mauerblümchenstatus“ befreite. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 157)

Mit diesem Kinderfilm war ein „Anfang“ für die weitere Entwicklung getan. Das trug maßgeblich dazu bei, dass mit Kinderfilmen hierzulande konstante künstlerische und wirtschaftliche Erfolge verbucht werden konnten.

Resultierend aus der durchgeführten empirischen Studie der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit, gehörten bis 2001 fast ausschließlich nur amerikanische Produktionen zu den „Lieblingsfilmen“ der Kinder. Ab 2001 kam mindestens eine deutsche Produktion zu den beliebtesten Filmen hinzu. (2001: „Pünktchen und Anton“, 2005: „Die wilden Kerle“, „Das fliegende Klassenzimmer“, 2012: „Wicki“ 1 und 2)

Die deutsche Kinderfilmentwicklung hat sich in den letzten Jahren deutlich gesteigert. Aus der Theorie der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit zeigt sich, dass in den letzten 10 Jahren zwischen fünf und elf Produktionen seit 1998 entstanden sind. 2012 sind sogar allein fast 10 deutsche Filme für die Heranwachsenden produziert wurden.

(vgl. <http://www.kinderfilm-online.de...12.12.2012>)

## **ii. Der Schlüssel zum Erfolg**

Ebenso wie „Die wilden Kerle“ von Autor und Regisseur Joachim Masannek basieren „die wilden Hühner“ auf populärer Jugendliteratur und können von anerkannten und geschätzten Figuren, Plots und Marken profitieren.

Beide Filme weisen Ähnlichkeit im Titel auf und liefern jeweils sehr spezifische Muster von weiblichen und männlichen Verhaltenskonzepten. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 158)

Ob „wilde Kerle“ oder „wilde Hühner“. Beide Kinderbanden, egal ob Mädchen oder Junge, toben sich auf der Leinwand aus. Gerade das Abenteuer des „Wildseins“ erscheint in der Vorpubertät geschlechterübergreifend als reizvoll und klingt nach Stärke, Abenteuer Ungezwungenheit, Selbstbewusstsein und Rücksichtslosigkeit.

Die Filme erfüllen die Zuschauererwartungen der Heranwachsenden.

Kaum zuvor waren Filme auf die Erwartungen von Mädchen und Jungen für das junge Publikum angelegt und auch so populär, so dass jeweils 4 Folgen und mehr produziert wurden.

Eine ganze Kindergeneration erlebt das Heranwachsen von der Vorpubertät bis zum „Führerscheinalter“ und wächst mit den Hauptdarstellern mit. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 158)

Reale Serien sind bei den Heranwachsenden zwischen 9 und 13 Jahren ebenso beliebter als Animierte Filme und Sendungen. (bis auf vereinzelte Ausnahmen z.B. ICE-AGE für die ganze Familie, Family Entertainment)

Die Heranwachsenden finden in dieser Art der „realen“ Filme zahlreiche Antworten auf ihre entwicklungsbedingten Fragestellungen, auf der Suche nach Identität, nach gültigen Werten und Normen, sowie einem angemessenen sozialen, als auch geschlechtlichem Rollenverhalten. (auch bei aktuellen Problemen – ob in der Familie, in der Schule oder im Freundeskreis)

Der Bedarf nach noch mehr Filmen und Serien, die Informationen über die Welt, Möglichkeiten des Vergleichs mit realen Lebenserfahrungen Gleichaltriger und somit Orientierungshilfen für die Heranwachsenden bieten, ist gegeben.

Es wäre zu wünschen, dass mehr Filme solcher Art eine Chance bekommen, doch dass benötigt entsprechende Förderungen. Entsprechende Investitionen wären letztendlich ein relevanter Beitrag des Jugendschutzes. Eine breit angelegte Förderung ist demnach anspruchsvoller und differenzierter, weil das Medium ein komplexes und einmaliges Wirkungspotenzial hat und als eine höchst effektive Bildungsförderung angesehen wird. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 149f)

**Family Entertainment** heißt die neue „Ära“ und beinhaltet neben wirtschaftlichen, wertvolle persönlich-familiäre Aspekte.

Ein Film für die ganze Familie fördert neben gemeinschaftlichem Zusammensein insbesondere die Kommunikation untereinander, bzw. zwischen den Generationen.

Die erfolgreichen erwähnten Filme für Heranwachsende, können in Produktion und Verleih auf die Popularität und Bekanntheit der Figuren zählen. Meistens handelt es sich dabei um Verfilmungen bekannter Stoffe und Vorlagen.

Schwerer haben es **Literaturverfilmungen** jenseits von Bestsellern, die weder auf eine große Bekanntheit der Stoffe oder auf populäre Schauspieler setzen können. Verleih und Vertrieb von Filmen die nicht auf Marken und Stars setzen, sind heute wie ein Dorn im Auge.

Kinderliteratur auf den Markt zu bringen, ist vielleicht keine Garantie für den Erfolg. Darüber hinaus haben die letzten zehn Jahre gezeigt, dass besucherstarke Klassiker und Bestselleradaptionen den Kindefilmmarkt aus seinem „Dornröschenschlaf“ geweckt haben. (vgl. Schäfer/ Wegener 2009, S. 229)

Es ist zu hoffen dass sich die Kinderfilmlandschaft in Deutschland der letzten Jahre weiterhin entwickelt.

Eine positive Entwicklung des Jahres 2012 soll noch erwähnt werden. Der Film „Pommes essen“ war der erste Kino-Kinderfilm seit 15 Jahren, eine deutsche Produktion, die auf einem Originaldrehbuch beruhte und nicht auf einer Romanvorlage basierte. Irgendwie erschreckend, aber vielleicht auch eine durchaus positive Richtung.

### **iii. Grenzen im Kinderfilm und -fernsehen?**

DIE WILDEN KERLE 4 wurde ohne Alterseinschränkung für die Heranwachsenden freigegeben, da alle Konflikte in der Handlung aufgeklärt werden und alle Protagonisten einen konstruktiven Erkenntnisprozess durchlaufen, dessen Lösung von den jüngsten Zuschauern sicher nicht in der gesamten Tragweise verstanden wird, dennoch aber das positive Finale klar gespürt werden kann.

Der Film bedient wesentliche Grundanforderungen die an einen Kinderfilm gestellt werden müssen. Das was in der Handlung geschieht, muss nicht grundsätzlich „Gefallen“ finden.

Wer den Film für ungeeignet für kleine Kinder empfindet, sollte sich auch Gedanken darüber machen, warum DIE WILDEN KERLE 4 mit 2,45 Millionen Besuchern, der erfolgreichste deutsche Film, innerhalb dieses Jahrgangs werden konnte.

Vielleicht wollen Kinder ja genau das sehen, was Ihnen im wirklichen Leben verborgen bleibt. (vgl. ebd. 154)

Nach Postman ist es trotzdem wichtig, dass Kinder nicht „alle Geheimnisse“ der Erwachsenen erfahren. Wenn Kinder schon alles wüssten, wäre es ja auch nicht mehr so spannend.

Das stellt eine schwere Herausforderung für die Autorität der Erwachsenen, die Neugier der Kinder und auch für die Programmverantwortlichen dar.

Die FSK-Alterskennzeichen setzen zwar nach gesetzlicher Vorgabe bestimmte Grenzen für geeignete Filme, gehen dabei aber nur auf die Entwicklung und nicht auf eine pädagogische Empfehlung oder ästhetische Bewertung ein.

## 12. Ausblick

---

An dieser Stelle sollen die erhobenen Erkenntnisse an den Forschungsstand rückgebunden und für weitere Forschungsaktivitäten im Fachbereich sensibilisiert werden.

### 12.1 Reflexion und Grenzen der Studie

---

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit sollte die Rolle und Wirkung von Kinderfilm und -fernsehen im Prozess des sozialen Wandels aufzeigen und mittels aufeinander aufbauender Forschungsfragen, ausgehend von einer quantitativen Untersuchung, erforscht werden.

Ziel der Untersuchung war es herauszufinden, wie sich die Bedeutung von Kinderfilm und -fernsehen in den letzten 20 Jahren geändert hat und ob ein Zusammenhang zwischen dem sozialen Wandel der Gesellschaft und der Entwicklung auf das Medienverhalten der Kinder besteht. Aus den Ergebnissen der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit sollte sich insbesondere zeigen, welche Werte sich innerhalb des Zeitraums geändert haben oder gleich geblieben sind und was den Kindern heute am Kinderfilm und -fernsehen wichtig ist.

Ob das Fernsehen neben dem Internet in den letzten Jahren an Bedeutung verloren hat, sollte statistisch ebenso erhoben werden.

Dabei wurde die Altersgruppe der 8 bis 13 Jährigen untersucht. Insgesamt lagen 154 Fragebögen (Mitmach-Bögen) des Kinderfilm- und Fernsehfestivals „GOLDENER SPATZ“ vor. Aufgrund eines Umbaus im „Goldenen Spatz Festivalbüro“ konnte leider nicht auf mehr Fragebögen zugegriffen werden.

Um noch quantitativ hochwertigere Ergebnisse zu erzielen, hätten noch mehr Fragebögen ausgewertet müssen, um einen noch genaueren Überblick zu erhalten. Gerade aus dem Jahr 1997 (6 Fragebögen) wäre eine größere Grundgesamtheit angebracht gewesen.

Es ist sehr schade, dass die Fragebögen aus den Jahren 1993, 1997 und 1999 noch nicht alle Fragen beinhalteten.

Der Mitmach-Bogen von 1993 beinhaltet noch nicht die Frage: „*Warum guckst du gerne Fernsehen?*“. 1993 und 1997 wurde ebenso noch nicht die Frage: „*Welche Geschichten, Inhalte oder Themen würdest du gern einmal als Film im Fernsehen oder im Kino sehen?*“ gestellt. Daher konnten diese Fragen nur im Zeitraum von 1999 bis 2012 ausgewertet werden. Aus diesem Grund konnten einige Ergebnisse zu „Wertegruppen“ und „Wunschgehalten“ der früheren Jahrgänge nicht erhoben werden. Auch die Fragen zur Internetnutzung fallen von 1993, 1997 und 1999 weg.

Die teils „offenen Fragen“ konnten nach der Wissenschaftlichen Theorie (u.a. Wertegruppen) sehr gut operationalisiert und interpretiert werden.

Die Unterstützung der qualitativen halbstrukturierten Interviews trug dazu bei, die quantitativen Ergebnisse zu sichern und Vergleichsmaterial zu erhalten.

Trotz aller Schwierigkeiten sind neben der quantitativen Untersuchung, den qualitativen Interviews, der Literaturrecherche aus tagesaktuellen Informationen und Fachliteratur, zufriedenstellende repräsentative Ergebnisse erzielt worden.

Für weiterführende Studien wäre es interessant, neben den „subjektiven Sichtweisen“ der Heranwachsenden, den Hintergrund der gezeigten Werte in Filmen zu beleuchten.

Resultierend aus der Theorie und den empirischen Ergebnissen, ist in den letzten Jahren die Individualität wichtig geworden, die sich an einem starken Anstieg hedonistischer und Selbsterfahrungswerte und einem deutlichen Rückgang von Hegemoniewerten und Werten des sozialen Miteinanders bemerkbar macht.

Interessant für eine weiterführende Studie wäre es, dass Kinderfilm- und Fernsehprogramm der letzten 20 Jahre, speziell auf in der Handlung vorkommende Werte zu untersuchen.

Demnach könnte die Frage geklärt werden, ob der starke Anstieg hedonistischer und Selbsterfahrungswerte mit den vorkommenden Werten in Film und Fernsehen zusammenhängt.



Aus den Ergebnissen der wissenschaftlichen Arbeit hat sich gezeigt, welche Werte angestiegen und welche zurückgegangen sind. Die genannten Werte resultierten aus dem „Mitmach-Bogen“ des GOLDENEN SPATZ. („Was hat dir an den Filmen gut gefallen?“, „Warum guckst du gerne Fernsehen?“, „Welche Geschichten, Inhalte, Themen würdest du gern einmal im Film oder Fernsehen sehen?“)

Bedingt durch den begrenzten Rahmen der Arbeit war es nicht möglich, spezifischer auf die genannten Inhalte der offenen Antworten der Studie einzugehen. Für die weitere Arbeit ist mit Sicherheit interessant, die offenen Antworten der Kinder zu analysieren und anhand qualitativer Methoden zu interpretieren.

Mit Sicherheit wäre es auch interessant, die halbstrukturierten Interviews mit qualitativen Methoden auszuwerten und eventuell noch weitere Interviews durchzuführen. Die persönliche Interaktion gibt die Möglichkeit, Hintergründe zu erfragen und Unklarheiten zu beseitigen.

Auch im Frühjahr 2013 wird das Kinder- und Medienfestival GOLDENER SPATZ in Gera und Erfurt stattfinden. Das wäre eine ideale Voraussetzung dafür, die Jury-Kinder persönlich zu interviewen.

Vielleicht könnten somit weitere neue, bisher unbekannte Sachverhalte entdeckt werden.

## **12.2 Verwertung und Rückbindung an den Forschungsstand**

---

Das letzte Kapitel soll Themen aufzeigen, die sich aus der Recherche ergaben und zu weiterer Forschung anregen.

Es hat sich gezeigt das Kindheit kein zeitloses und naturgegebenes Phänomen ist, sondern an die jeweiligen Bedingungen einer Gesellschaft gebunden ist. (vgl. Schäfer/ Wegener 2009)

Aus den Normen und Wertvorstellungen und den sozioökonomischen Bedingungen einer Gesellschaft heraus, formieren sich erst die Ansprüche und Erwartungen an die Heranwachsenden und die dabei entstehenden Bilder von „Kindheit“.

Die daraus entstandenen Bilder spiegeln sich in Sozialisationsinstanzen, gesellschaftspolitischen Maßnahmen und in Film und Fernsehen wider.

Film und Fernsehen für Heranwachsende, stellt Kinder dar und begleitet deren Aufwachsen. Es sollte unterstützend wirken und auch Spaß und Vergnügen bereiten. Kinderfilme sind ein integraler Bestandteil der Kultur für Kinder und sollte den Lebenswelten, Erwartungen und Kompetenzen der Heranwachsenden gerecht werden.

Das Film- und Fernsehprogramm für die Heranwachsenden der Zukunft sollte auf die entsprechenden individuellen Bedürfnisse eingehen.

Filme bieten Vergleichsmöglichkeiten, ganz gleich ob sie historisch geprägt sind, Lebensrealitäten aufgreifen oder auf phantastische Motive setzen. (vgl. Schäfer/Wegener 2009)

Es ist eine Herausforderung, der sich die Programmverantwortlichen in Zukunft noch mehr stellen sollten.

Alle Angebote für die Heranwachsenden haben ein entscheidendes Grundproblem. Die Filme werden alle von Erwachsenen gemacht und diejenigen treffen ebenso die Entscheidungen, wann ein Film für die entsprechenden Altersklassen angemessen ist.

Es werden immer Aspekte bei der Arbeit einfließen, die die Filmschaffenden an ihre eigene Kindheit erinnern. Das orientiert sich nicht durchgängig an wirklichen Erlebnissen, sondern ist häufig gepaart mit den eigenen Sehnsüchten, in denen sich Kinder frei und glücklich entfalten.

Erwachsene setzen die Gegenwart oft in einen Bezug mit ihrer eigenen Vergangenheit. Kinder dagegen erleben die Gegenwart durch Erfahrungen und sind interessiert an der Zukunft.

Aus diesem Grund ist es wichtig unterschiedliche Blickrichtungen fortlaufend zu kommunizieren.

Die Erwachsenen sind dabei herausgefordert (Medienschaffende, Medienpädagogen etc.) sich mit den eigenen Befindlichkeiten zurückzunehmen und Kinder zu fragen, wie sie aktuell die Wirklichkeit wahrnehmen. (vgl. Schäfer/ Wegener S. 147)

### 12.2.1 Film und Fernsehen in der Familie

---

Es hat sich gezeigt, dass die Familie einen wesentlichen Beitrag leistet und den heutigen „Überschuss“ an Konsum des Medienmarktes und der Auswahl der Filme und Sendungen stark beeinflussen kann. Die Verantwortung der Erwachsenen ist groß. Heranwachsende sollten die Chancen auf neue Entfaltungsmöglichkeiten nutzen.

Wichtig ist, dass die Heranwachsenden dabei ihre „Authentizität“ bewahren und mittels Film und Fernsehen Freude empfinden und auch daraus lernen können.

Der Austausch zwischen Fachspezialisten, Familien und Kindern bietet zwar keine endgültigen Lösungen der Probleme, aber doch eine Menge Anregungen für die weitere Arbeit. Gezielte medienpädagogische Einsätze und Forschungsergebnisse sollten aufzeigen, dass die neuen Medien heute in einem starken Zusammenhang mit dem Lernen und des bewussten Medienumgangs in unserer heutigen Gesellschaft stehen.

Das „sinnlose berieseln“, wie es leider oft in Haushalten der Fall ist, sollte gestoppt und bewusst gemacht werden. Eine kontinuierliche Auseinandersetzung für alle, die sich mit Kinderfilmen beschäftigen, wäre hilfreich, denn filmische Erzählweisen entwickeln sich fort und die Kinofilmlandschaft verändert sich.

Die Heranwachsenden haben ein Recht auf sinnvollen Umgang mit hochwertigen neuen Medien. Gleichmaßen sollte ein qualitativ hochwertiges Kinderfilm- und Fernsehprogramm existieren, um den Ansprüchen der Kinder gerecht zu werden.

Diese Aspekte sind ein großes Anliegen der vorliegenden Arbeit, an das aktuelle Bildungssystem in Deutschland und Österreich.

### 12.2.2 Mit einer handlungsorientierten Medienpädagogik in die Zukunft?

---

Die aktive Medienarbeit ist heute eine bewährte Methode, der handlungsorientierten Medienpädagogik aus der Erkenntnis heraus, dass Kinder und Jugendliche neben faktischen Wissen auch die Spielregeln einer sozialen Gemeinschaft, in der sie sich täglich bewähren müssen, erleben und erlernen sollen. (Hartung/ Fleischer, 2004, S. 9)

Dementsprechend sollte kritisch im Auge behalten werden, dass Kommunikationstechnologien den Wandel gesellschaftlicher Bedingungen (sich in rasch ändernden Lebensgewohnheiten, in Beruf, Freizeit und in allen Ausdrucksformen kulturspezifischen Medienverhaltens) mitprägen. (vgl. Blaschitz/ Seibt 2008, S. 183)

Ob jedoch Horrorfilme für Kinder pädagogisch wertvoll sind, ist noch immer eine Streitfrage.

Wenn die Heranwachsenden Horrorfilme sehen wollen, werden sie die auch sehen.

Es ist deshalb sehr wichtig, dass Lehrer in der Schule sich mit den Inhalten, was Kinder sehen, auseinandersetzen und im Unterricht thematisieren.

Verbote bringen häufig gar nichts. Eine zielgerechte handlungsorientierte Medienpädagogik sollte die Heranwachsenden befähigen in den Medien und vor allem in der Wirklichkeit Orientierung zu finden.

Kinder zur kritischen Mediengestaltung und Rezeption zu befähigen ist relevant.

Die Ansätze handlungsorientierter Medienpädagogik rücken den Grundgedanken der vorliegenden Arbeit, was Menschen mit Medien machen, in die Soziokulturelle Gegenwart.

Eine Gesellschaft ist die, die das aus Film und Fernsehen macht, was sie ist.

Wenn Kinder mehr Mitspracherecht hätten, würde es mit Sicherheit auch mehr Kinderfilme, die den Ansprüchen der Heranwachsenden „voll und ganz“ gerecht werden, geben. Das kann ebenso auf die praktische Medienarbeit, z.B. in Form von Filmprojekten, übertragen werden.

Der „GOLDENE SPATZ“ schafft schon seit mehr als 30 Jahren eine solide Grundbasis, um auf die Bedürfnisse der Kinder einzugehen. Die Heranwachsenden werden dabei für die Vielfalt von Formen und Themen sensibilisiert und auf vielfältigste Weise aktiv in das Festivalgeschehen eingebunden. Das Besondere ist gleichermaßen, dass nach der Meinung der Kinder gefragt wird.

Des Weiteren soll der „SPiXEL“ nochmals erwähnt werden, der innerhalb des Kinder-Medien-Festivals „GOLDENER SPATZ“ für weitgehend selbstständig produzierte Sendungen und Beiträge, von Kindern im Alter von 8 bis 14 Jahren, verliehen wird.

Für die Heranwachsenden und deren Familien, die nicht zu dem Festival kommen können, tourt der „Goldene Spatz“ mit den Preisträgerfilmen quer durch Deutschland.

Dadurch können sich die Kinder und auch deren Familien ein eigenes Bild machen und mit den „Filmschaffenden“ ins Gespräch kommen.

Nach Rohlfs (2008) wäre es wichtig den starken Leistungsdruck in Schule und Unterricht, mit dem übertriebenen „Post-Pisa-Aktionismus“ und dem Blick auf das „Pisa-Gewinner-Ausland“, zu nehmen.

Keinesfalls wäre das „die Zukunft für die Gestaltung der deutschen Bildungslandschaft“. Eine modifizierte „Entschleunigung“ sollte stattfinden. Mit Sicherheit ist dann wieder Platz, um eine „Beschleunigung“ von Kindern und Jugendlichen, zu schaffen.

Das Resultat wäre eine ideale Voraussetzung die Komplexität der medialen Herausforderung zu verstehen und auch die Kontrolle darüber zu erlernen. (vgl. Rohlfs et al. 2008, S. 11)

Die gesamte Gesellschaft sollte die entscheidenden Punkte zur Gestaltung einer besseren Zukunft unserer „neuen Generation“ sehen und ebenso tragen. Nur dadurch kann sich eine Änderung vollziehen.

Im Medienbereich müssen Institutionen des Jugendschutzes und der Bildung mit den Programmverantwortlichen agieren, um eine positive Entwicklung der Medien-, Film- und Fernsehlandschaft in den nächsten Jahren zu ermöglichen.

Die Initiative FILMOTTER engagiert sich für eine positive Entwicklung, dass Kinder das gleiche Recht auf die Vielfalt in der Filmlandschaft bekommen, wie die Erwachsenen.

Von „Alumni der Akademie für Kindermedien“ wurde der „Filmotter“ mit Unterstützung des Fördervereins Deutscher Kinderfilm e.V. gegründet.

Ziel ist die Öffentlichkeit für das Thema zu sensibilisieren und mit einer Online-Kampagne Stimmen für mehr Vielfalt im Kinderfilmbereich zu sammeln.

Dabei sollen Politiker und die Filmbranche aufgefordert werden, neben etablierten Marken-Filmen ebenso wieder Independent-Kinderfilme zu produzieren.

Mittlerweile stimmten über 3000 Menschen für 5 Independent-Kinderfilme pro Jahr.

Dennoch sollten noch mehr Menschen ihre Stimme abgeben. Gerade Filme wie u.a. „die Blindgänger“ haben bewiesen, dass Kinder auf der ganzen Welt Filme abseits vom Mainstream zu schätzen wissen, wenn sie die Chance bekommen diese Filme auch zu sehen.

Die Sinne der Kinder sollten so sensibilisiert werden, dass, wenn sie erwachsen sind, ihren Geschmack für eine „qualitativ-hochwertige“ Filmkultur ausgebildet haben.

In der durchgeführten empirischen Studie der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit von fast 20 Jahren, wird nicht ein einziger Independent-Film als Lieblingsfilm der Kinder erwähnt. Im Gegensatz dazu erfolgen „Mehrfachnennungen“ zu der maximalen erfolgsorientierten Kinderfilmproduktion.

Falls sich diese „Entwicklung“ weiterhin in Deutschland fortsetzen sollte, stirbt der Independent-Kinderfilm aus. Ein Kulturgut wäre ausgestorben.

„Mainstream“ überschüttet von Kommerzialisierung und Marken, würden die Kinder regelrecht mit dem damit verbundenen „knallbunten Popcorn“ überfluten. (vgl. <http://www.kinderfilm-online.de...13.12.2012>)

„Die neuste Generation“ sind die Zuschauer von morgen. Wenn sie heute nicht die Möglichkeit auf ein anspruchsvolles qualitativ hochwertiges Film- und Fernsehprogramm erhalten, wird es ihnen als Erwachsener schwer fallen, sich für Filme abseits des „Mainstreams“ zu interessieren.

Filme sollten so vielfältig wie das Leben selbst sein, egal ob es sich dabei um Kinder- oder Erwachsenen-Filme handelt. (vgl. ebd.)

### **12.3 persönliches Fazit**

---

Die vorliegende wissenschaftliche Arbeit hat gezeigt, dass sich die Bedeutung von Kinderfilm und -fernsehen in Bezug auf die Werte und die Entwicklung des Internets der letzten 20 Jahren geändert hat.

Es hat sich auch gezeigt, dass ein Zusammenhang zwischen dem sozialen Wandel der Gesellschaft und der Entwicklung auf das Medienverhalten der Kinder besteht.

Die Gesellschaft zehrt heute von wirtschaftlichem Erfolg. Die Heranwachsenden werden dabei häufig mehr als Konsumenten, als unsere Zukunft von „Morgen“ gesehen. Wie sich in der Arbeit zeigt, werden die beliebtesten Kinderfilme der letzten Jahre drastisch vermarktet.

Viele Dinge rund um den Film – ob T-Shirt, Rucksack Teller oder Tasse – sind im Handel erhältlich. Auch basieren die meisten Filme schon auf bekannten und beliebten Vorlagen. Da gehen Filme im Arthouse- oder Independent-Bereich unter. Deshalb ist es wichtig, gerade solche Filme zu fördern. Wenn Kinder selbst sehen, was für ein Unterschied zwischen Independent und Mainstream liegt, werden sie sich in Zukunft als Erwachsene selbst für das anspruchsvollere-qualitative Programm entscheiden.

Ein erster Schritt ist mit dem FILMOTTER schon getan. Es sollte sich auch in Zukunft durchsetzen, dass mindestens 5 Filme in diesem Bereich pro Jahr gefördert werden.

Jeder kann mit einer Unterschrift auf <http://www.filmotter.org/> mit seiner Unterstützung die Filmotter-Initiative unterstützen.

Vorreiter sollten uns die skandinavischen Länder sein, bei denen Independent-Filme sogar weg vom Mainstream, als eigene Marke existieren.

Wenn die Erwachsenen von heute (Eltern, Pädagogen, Programmverantwortliche, Politiker etc.) das Konzept von wirklich hohem qualitativen Film- und Fernsehprogramm verstehen, in denen Probleme und der Umgang dessen, genauso thematisiert werden wie aus der realen Lebenswelt der Kinder, kann optimistisch in die Zukunft geblickt werden.

Noch schauen die Heranwachsenden optimistisch in die Zukunft. (vgl. *Shell.de...12.12.2012*)

Es wäre unfair den Kindern heute mit „Egoistischem Wirtschaftsdenken“ eine Zukunft zu verbauen. Kinder sollten wieder mehr sehen, wie wichtig Werte des sozialen Miteinanders und Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens sind. Nur so kann eine friedliche zusammenhaltende Gesellschaft existieren. Wenn es in der Zukunft nur mehr „Egoisten“, bei denen Selbstentfaltungswerte und Hegemoniewerte im Vordergrund stehen gibt, wird die „Gesellschaft“ auseinanderfallen.

Statt miteinander zu kooperieren und zu kommunizieren, wird nur jeder einzelne für sich, gegen den anderen kämpfen.

Förderungsgelder sollten viel mehr in unsere „Kinder der Zukunft“ investiert werden. Dabei ist es auch wichtig, entsprechende Pädagogen mit spezifischen Kompetenzen (z.B. Medien-, Kultur- und Theaterpädagogen) auszubilden und Familien für den entsprechenden Umgang mit Medien zu sensibilisieren. Eltern schaffen es nur schwer „ihre Kinder“ von der Konsumwelt fernzuhalten. Da ist es egal, ob es sich um schwer benachteiligte oder gut verdienende Haushalte handelt.

Da ich selbst Kultur-Theater und Medienpädagogin bin, weiß ich, wie schwer es ist an entsprechende Förderungen für Projekte heran zukommen oder auch eine Anstellung auf diesem Fachgebiet als Kultur-, Medien- und Theaterpädagogin zu bekommen.

Jede Schule sollte mittlerweile einen festen Medienpädagogen angestellt haben. Gemeinsam können Filmprojekte entwickelt, Filme geschaut, reflektiert und diskutiert werden. Der richtige Umgang ist zu erlernen. Das gilt für alle neuen Medien (Internet, Handy etc.)

Auch sollte es neben dem GOLDENEN SPATZ noch viel mehr kleinere regionale Film- und Fernsehfestivals geben. In jeder Stadt und in jeder Schule sollten die Heranwachsenden Möglichkeiten erhalten, Filme zu bewerten und ihre persönlichen Wünsche zu äußern.

Das ist die „richtige Richtung“, unsere „neue Generation“ auf den „richtigen Weg“ zu bringen. Ein Weg auf dem zu hoffen ist, dass es „die Kinder heute“ als „Erwachsene von morgen“ besser machen, als die „Erwachsenen von heute“.

„WIR machen DAS aus den MEDIEN was sie sind. MEDIEN sind ein SPIEGEL unserer GESELLSCHAFT!“



### **13. LITERATURVERZEICHNIS**

**Armbruster**, Brigitte/ **Baacke**, Dieter/ **Kübler** Hans-Dieter: Neue Medien und Jugendhilfe - Analysen - Leitlinien – Maßnahmen. Luchterhand Verlag, Neuwied 1984

**Aufderheide**, Patricia: Why Kids hate Educational TV. Media Studies Journal, 8/1994/4, special issue: Children and the media, 1994

**Baacke**, Dieter: Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. Juventa Verlag, München 1973

**Baacke**, Dieter: Medienpädagogik. Verlag: Niemeyer, Tübingen 1997

**Bateson**, Gregory: Geist und Natur. Eine notwendige Einheit. 2. Aufl., Frankfurt/M.1990

**Bauer**, Thomas A. :Medienpädagogik. Einführung und Grundlegung. Wien, u.a.: Böhlau 1981

**Beckmann**, Ulrike: Kinder-Kino-Kompetenzen. Heimspiel für den Kinderfilm? In: TV- Diskurs 26/ 2003, S.78-81, Berlin 2003

**Bergala**, Alain: Kino als Kunst. Filmvermittlung an der Schule und anderswo. Schüren Verlag, Marburg 2006

**Bettelheim**, Bruno: Brauchen Kinder Fernsehen? In: Television. München 1988

**Bettelheim**, Bruno: Kinder brauchen Märchen, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1980

**Bickler**, Daniela: Zielgruppe Kinder - Handlungsspielräume eröffnen, Abhängigkeiten vermeiden. In: Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (Hrsg.): TV Diskurs - Verantwortung in audiovisuellen Medien. Heft 17, Baden-Baden 2001

**Blaschitz**, Martin **Seibt** (Hg.): Medienbildung in Österreich: Historische und aktuelle Entwicklungen. Theoretische Positionen und Medienpraxis. Lit Verlag, Wien 2008

**Bollmann, Stuttgart (Hg.):** Kursbuch Neue Medien. Trends in Wirtschaft und Politik, Wissenschaft und Kultur. Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1998

**Bugle**, Franz: Die Entwicklungspsychologie Jean Piagets, 3. Aufl. , Kohlhammer Verlag Stuttgart / Berlin / Köln 1997

**Burkart, Roland:** Kommunikationswissenschaft - Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Uni-Taschenbücher, Böhlau 2007

**Colby, L. Ann & K. Ann & Kohlberg:** Das moralische Urteil. Der kognitionszentrierte entwicklungspsychologische Ansatz. In: Gesellschaftlicher Zwang und moralische Autonomie. Suhrkamp, Frankfurt/M. 1986

**dtv- Brockhaus:** Lexikon in 20 Bänden, Bd. 14, dtv, München 1988

**DUDEN:** Schülerlexikon. Meyers Lexikon-Verlag, Mannheim, 1969

**Durkheim, Emile:** Der Selbstmord. Luchterhand, Neuwied/Berlin, 1973

**Engell, Lorenz:** Ausfahrt nach Babylon. Essays und Vorträge zur Kritik der Medienkultur. Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaft, Weimar 2000

**Erlinger Dieter/ Stötzel, Dirk Ulf (Hrsg.):** Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Entwicklungsprozesse und Trends. Spiess Volker GmbH, Berlin 1991

**Faulstich, Werner:** Grundwissen Medien. Fink und UTB für Wissenschaft, München 1994

**Felsmann, Klaus-Dieter (Hrsg.):** Mein Avatar und ich. Die Interaktion von Realität und Virtualität in der Mediengesellschaft Buckower Mediengespräche. Erweiterte Dokumentation 2010. Schriftenreihe Buckower Mediengespräche. Band 14, München 2011

**Fleischer, Sandra, Hartung, Anja (2004):** Den täglichen Schulsorgen begegnen. In: Medienimpulse Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) e.V., 8. Jg., 2, (Ausgabe 28), Berlin 2004

**Geißler, Rainer:** Die Sozialstruktur Deutschlands. Westdeutscher Verlag, Opladen 1996

**Granzner, Stefanie:** Wie verstehen Kinder das Kinderfernsehen? Eine qualitative Untersuchung an Kindern im Vor- und Volksschulalter, Diplomarbeit an der Fakultät für Sozialwissenschaften, Wien 2005

**Grimm, Petra/ Horstmeyer, Sandra/ Weiss, Jutta/ Calmbach, Marc:** Kinderfernsehen Und Wertekompetenz. Schriftenreihe Medienethik Band 3, Franz Steiner Verlag, Wiesbaden 2003

**Grün, Leopold/ Selg, Olaf:** Kinder- Film& Fernseh-Tage „Goldener Spatz“- Die Wirklichkeit der Wünsche. In: TV Diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) e.V., 8. Jg., 2, (Ausgabe 28), Berlin 2004

**Habermas, Jürgen Theorie des kommunikativen Handelns.** Band 1-2. Frankfurt Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1-2., Suhrkamp Verlag. Frankfurt am Main 1981

**Hiller, Friedrich (Hrsg.):** Normen und Werte. Carl Winter Universitätsverlag, Heidelberg 1982

**Hillmann, Karl-Heinz:** Wörterbuch der Soziologie. 4., überarbeitete und ergänzte Auflage. Kröner, Stuttgart 1994

**Honig, Michael-Sebastian:** Leu, Hans Rudolf; Nissen, Ursula (Hrsg.): Kinder und Kindheit. Soziokulturelle Muster - sozialisationstheoretische Perspektiven. Juventa Verlag, Weinheim/ München 1996

**Höpflinger, François:** Generationenfrage - Konzepte, theoretische Ansätze und Beobachtungen zu Generationenbeziehungen in späteren Lebensphasen, Lausanne: Réalités Sociales. Freiburg 1999

**Hug, Theo:** Medienpädagogik- Begriffe, Konzeptionen, Perspektiven. In: Gebhard Rusch (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft, Opladen: Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2002

**Hurrelmann, Klaus/ Albert, Mathias :** Jugend 2006. 15. Shell Jugendstudie: Eine pragmatische Generation unter Druck. Fischer, Frankfurt 2006

**Jung, Carl G.:** Die Beziehungen zwischen dem Ich und dem Unbewussten, Studienausgabe 13., Dtv Deutscher Taschenbuch, München 1997

**Junghanns, Katja :** Reader zum Thema: Ausgewählte Grundbegriffe der Medienpädagogik. Technische Universität Chemnitz/ Philosophische Fakultät Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien, Chemnitz 2005

**Jürgen Habermas:** Theorie des kommunikativen Handelns. Bd. I, Frankfurt 1981

**Kafi, Bijan, Online.** Ausblicke in die Medienzukunft. Kap. 11, Verlag Freies Geistesleben, Stuttgart 2000

**Kesselring, Thomas:** Jean Piaget, 2. Auflage, Verlag C.H. Beck, München 1999

**Klages, Helmut:** Traditionsbruch als Herausforderung: Perspektiven der Wertewandels-gesellschaft. Campus Verlag, Frankfurt am Main/ New York 1993

**Kmieciak, Peter.:** Wertstrukturen und Wertwandel in der Bundesrepublik Deutschland - Grundlagen einer interdisziplinären Wertforschung mit einer Sekundäranalyse von Umfragedaten; Kommission für wirtschaftlichen und sozialen Wandel, Band 135 Verlag Otto Schwartz & Co, Göttingen, 1976

**Krotz, Friedrich:** Die Mediatisierung von Alltag und sozialen Beziehungen und die Formen sozialer Integration. In: Imhof, Kurt; Jarren, Ottfried; Blum, Roger (Hrsg.): Integration und Medien. Wiesbaden 2002

**Liebau, Eckart (Hrsg.):** Das Generationenverhältnis. Über das Zusammenleben in Familie und Gesellschaft, Juventa Verlag, Weinheim/ München 1997

**Lind, Georg / Nielsen, Ariane/ Schmidt, Ursula:** Moralisches Urteil und Hochschulsozialisation- Materialien, Beiträge; Arbeitsunterlage 40, Konstanz 1979

**Luhmann, Niklas:** Zum Begriff der sozialen Klasse. In: Luhmann, Niklas (Hrsg.): Soziale Differenzierung. Zur Geschichte einer Idee. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH, Wiesbaden 1985

**Marci-Boehncke, Gudrun (Hrsg.)/ Rath , Matthias (Hrsg.):** Jugend- Werte- Medien, Das Modell, Beltz, Weinheim und Basel 2009

**Marcia, J. E. :** Development and validation of ego identity statuses. Journal of Personality and Social Psychology, 3, Ohio State University 1966

**McLuhan, Marshall:** Das Medium ist die Botschaft. The Medium is the Message, Verlag der Kunst, Dresden 2001

**Mead, George Herbert:** Geist, Identität und Gesellschaft aus der Sicht des Sozialbehaviorismus. Frankfurt a.M. 1968

**Mikos, Lothar:** Film- und Fernsehanalyse. UTB für Wissenschaft : Uni-Taschenbücher, Konstanz 2003

**Oberst, Walter:** Der Kinderkanal von ARD und ZDF in der Diskussion. Heft 1; In: Media Perspektiven, Datenbank: SOLIS - Sozialwissenschaftliches Literaturinformationssystem (GESIS), München 1997

**Oerter, Rolf :** Moderne Entwicklungspsychologie, Verlag Ludwig Auer, Donauwörth 1974

**Orth, Stefan/ Staiger, Michael / Valentini, Joachim (Hrsg.):** Kinder im Kino. Religiöse Dimensionen. Schüren Verlag, Marburg 2004

**Oser, F. /Althof, W. :** Moralische Selbstbestimmung. Modell der Entwicklung und Erziehung im Wertebereich. Stuttgart 1994

**Paus-Haase, Ingrid** Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Fernsehfavoriten. Opladen: Westdeutscher Verlag. Wiesbaden 1998

**Perrig-Chiellon, Pasqualina/ Höpflinger, François/ Suter, Christian:** Generationen - Strukturen und Beziehungen. Generationenbericht Schweiz. Seismo-Verlag, Zürich 2008

**Piaget, Jean:** Das moralische Urteil beim Kinde. Piaget, Jean 1973, Suhrkamp Taschenbuch Verlag, Frankfurt a.M. 1973

**Postman, Neil:** Das Verschwinden der Kindheit. S. Fischer Verlag, Frankfurt am Main 1983

**Probst, Doris:** Weisheiten und Torheiten über Kinder. Zitate berühmter Leute in Wort und Bild. Grin Verlag 2008

**Ratzke, Dietrich :** Handbuch der neuen Medien. Deutsche Verlags-Anstalt, Stuttgart 1982

**Richter, H. G.:** Die Kinderzeichnung, Düsseldorf 1987

**Riepl, Wolfgang:** Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer. Teubner, Leipzig 1913.

**Rogge, Jan Uwe:** Kinder können Fernsehen. Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg 1994

**Rohlf, Carsten/ Schnabel, Annette/ Sch\xfctzeichel Rainer:** Kompetenz-Bildung: Soziale, emotionale und kommunikative Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2012

**Rokeach, M. :** The Nature of Human Values. The Free Press, N. Y. 1973

**Roland Burkart:** Kommunikationswissenschaft - Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Uni-Taschenbücher, Böhlau 2007

**Rusch, Gebhard / Schanze, Helmut / Schweringn, Gregor :** Theorien der Neuen Medien. Kino- Radio- Fernsehen- Computer, Fink, Paderborn 2007

**Russi, F. :** Über Werte und Tugenden. undogmatische Betrachtungen. Bertuch Verlag, Weimar 2010

**Schäfer, Horst/ Wegener, Claudia:** Kindheit und Film. UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2009

**Schanne, Michael:** Mediengeschichte. In: Jarren, Otfried/Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft, Bern u.a. 2001

**Schell, Fred:** Lernräume für die Zukunft. Quelle: Aus: Mensch und Medien. Bielefeld: GMK 2001

**Schick, Thomas/Ebbrecht, Tobias (Hrsg.):** Kino in Bewegung. Perspektiven des deutschen Gegenwartsfilms. VS Verlag, Wiesbaden 2011

**Schütz Alfred/ Luckmann Thomas:** Strukturen der Lebenswelt. Darmstadt/ Neuwied 1975

**Sichtermann, Barbara:** Kinderfernsehen und die Sorgen der Erwachsenen; In: Czaja Dieter (Hrsg.): Kinder brauchen Helden. Power Rangers & Co. Unter der Lupe, München 1997

**Thüringer, Michaela:** Kinder brauchen Helden. Diplomarbeit an der Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften, Wien 2001

**Standop, Jutta** : Werte-Erziehung. Beltz, Weinheim und Basel 2005

**Stöber, Rudolf; Winter, Carsten (Hrsg.):** Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden 2003

**Stöcklin- Meier, S. :** Was im Leben wirklich zählt. Mit Kindern Werte entdecken. Mosaik bei Goldmann, München 2009

**Stolz, Jörg:** Soziologie der Fremdenfeindlichkeit. Theoretische und empirische Analysen. Campus Verlag, Frankfurt a. Main/ New York 2000

**Süss, Daniel:** Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen- Konstanten- Wandel. Weinheim: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2004

**Theunert, Helga / Lenssen, Margit/ Schorb, Bernd :** Wir gucken besser fern als ihr! Fernsehen für Kinder. KoPäd Verlag, München 1995

**Thompson, JohnB.:** The Media and Modernity. Social Theory of the Media. Stanford University Press, Stanford 1995

**Thüringer, Michaela:** Kinder brauchen Helden, Diplomarbeit an der Fakultät für Human- und Sozialwissenschaften, Wien 2001

**Völcker, Beate:** Kinderfilm. Stoff- und Projektentwicklung. 1. Auflage, Schriftenreihe: Praxis Film, Band 25, UVK Verlag, Konstanz 2005

**Vollbrecht, Ralf/ Wegener, Claudia:** Handbuch Mediensozialisation. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009  
von Fernsehfavoriten. Opladen: Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 1998

### ***Zur Methode:***

**Bergmann, J. / Luckmann, T. :** Moral im Alltag. Sinnvermittlung und moralische Kommunikation in intermediären Institutionen. Gütersloh : Verl. Bertelsmann Stiftung, 1998

**Bergmann, J. / Luckmann, T. :** Moral und Kommunikation. In: Kommunikative Konstruktion von Moral. Opladen/Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 1999

**Brosius Felix:** SPSS 18 für Dummies, Wiley-VCH Verlag GmbH & Co, 2012

**Bruns, Thomas:** Fernseh-Serien als Indikator medialen und sozialen Wandels. Eine Analyse der Veränderungen von Werten und sozialen Strukturen im fiktionalen Programm des Fernsehen. Fernsehen als Objekt und Moment des sozialen Wandels: Faktoren und Folgen der aktuellen Veränderungen des Fernsehens. Hg. Heribert Schatz. Opladen: Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 1996

**Helfferrich Cornelia:** Die SPSS-Methode der Leitfadenerstellung. Qualität qualitativer Daten, Wiesbaden 2005

**Jürgen Janssen, Wilfried Laatz:** Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests, Springer 2007

**Lamnek, Siegfried:** Qualitative Sozialforschung. Band 2, Methoden und Techniken, Beltz, Weinheim 1995

**Renckstorff, C. :** Beiträge zur Medientheorie und Kommunikationsforschung. Bd. 16: Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung: Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Spiess Verlag, Berlin 1977

**Rokeach, M. :** The Nature of Human Values. N. Y. : The Free Press, 1973

## ONLINE-QUELLEN

**„Frischer & jugendlicher“: Neuer Anstrich für den Kika;** In: (Zugriff: 22.10.2012) [http://www.dwdl.de/nachrichten/34196/frischer\\_\\_jugendlicher\\_\\_neuer\\_\\_anstrich\\_\\_f\\_\\_r\\_\\_den\\_\\_kika/](http://www.dwdl.de/nachrichten/34196/frischer__jugendlicher__neuer__anstrich__f__r__den__kika/)

**„Rappelkiste“;** In: (Zugriff: 10.10.2012) [http://www.steffi-line.de/archiv\\_text/nost\\_serie/ks\\_rappelkiste.htm](http://www.steffi-line.de/archiv_text/nost_serie/ks_rappelkiste.htm)  
Abstracts zum 23. Hamburger Symposion. Schwerpunktthema. Sozialpsychologie und Werte Entstehung, Bedeutung und Zukunft der Werteforschung, München 1992; In: (Zugriff: 01.11.2012) [http://www.fachportal-paedagogik.de/fis\\_bildung/suche/fis\\_set.html?FId=345288](http://www.fachportal-paedagogik.de/fis_bildung/suche/fis_set.html?FId=345288)

**Alterseinstufungen und FSK-Kennzeichen;** In: (Zugriff: 10.10.2012) <http://www.fsk.de/...10.10.2012>

**Altersempfehlung GZSZ;** In: (Zugriff: 07.12.2012 ) <http://www.amazon.de/Gute-Zeiten-schlechte-Best-GZSZ/dp/B0000YWGD0>

**ARD und ZDF planen KIKA bis 23:00 Uhr auszustrahlen;** In: (Zugriff: 22.10.2012) <http://www.topnews.de/ard-und-zdf-planen-kika-bis-2300-uhr-auszustrahlen-350048...22.10.2012>

**Brandi, Bischoff:** Offener Kanal Gera; In: (Zugriff: 8. 02. 2012) [http://www.tlm.de/tlm/aktuelles\\_service/publikationen/tlm\\_schriftenreihe/tlm1.pdf](http://www.tlm.de/tlm/aktuelles_service/publikationen/tlm_schriftenreihe/tlm1.pdf)

**Burkhart, R. :** Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder; Umriss einer Interdisziplinären Sozialwissenschaft. 3., überarb. u. erw. Aufl. Böhlau (Böhlau Studien Bücher); In: (Zugriff: 07.02.2012) <http://www.gbv.de/dms/hebis-darmstadt/toc/31827063.pdf>. – ISBN 3205988361

**Charlton, M. / Neumann-Braun, K.:** Medienkindheit - Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung. München: Quintessenz. Abstracts zum 23. Hamburger Symposion. Schwerpunktthema. Sozialpsychologie und Werte Entstehung, Bedeutung und Zukunft der Werteforschung, München 1992; In: (Zugriff:01.11.2012) [http://www.fachportal-paedagogik.de/fis\\_bildung/suche/fis\\_set.html?FId=345288](http://www.fachportal-paedagogik.de/fis_bildung/suche/fis_set.html?FId=345288)

**Cicero, Albert Bandura:** Lernen am Modell; In: (Zugriff: 19.12.2012) <http://paedpsych.jku.at:4711/cicero/LERNEN/Lernen%20am%20Modell.pdf>

**Die deutsche Kinderfilmentwicklung;** In: (Zugriff: 12.12.2012) <http://www.kinderfilm-online.de>

**Filmotter-Initiative für mehr Vielfalt im Kinderfilm;** In: (Zugriff: 11.12.2012) <http://www.kinderfilm-online.de/fachjournal/79-filmotter-initiative-fuer-mehr-vielfalt-im-kinderfilm.html>

**Frankfurter Rundschau - Armin Maiwald im Interview: „Das tut weh“;** In: (Zugriff: 22.10.2012) <http://www.korno.de/blog/2009/11/19/1285/>

**GOLDENER SPATZ** In: (Zugriff: 22.10.2012) <http://www.spatzwiki.de>

**GOLDENER SPATZ:** Katalog: zur Film-Fernseh-Retrospektive: Spatz in Space „Der Weltraum, unendliche Weiten, 2001; In: (Zugriff: 08.12.2012) <http://www.spatzwiki.de>

**Granzner-Stuhr, Stefanie/ Payrhuber Andrea :** Vorlieben, Vorbilder und Werte jugendlicher Fernsehrezipienten, Wien 2008; In: (Zugriff: 08.03.2012) [http://www.fsf.de/php\\_lit\\_down/pdf/granzner\\_payrhuber060\\_tvd46.pdf](http://www.fsf.de/php_lit_down/pdf/granzner_payrhuber060_tvd46.pdf)

**Granzner-Stuhr, Stefanie/ Payrhuber Andrea:** Wertevermittlung durch real-world-embedded Fernsehformate, Abstracts zum 23. Hamburger Symposion Universität Wien; In: (Zugriff: 08.02.2012) <http://www.epb.unihamburg.de/files/Abstracts%2023.%20Symposion.pdf>

**Halbstrukturiertes Interview;** In: (Zugriff: 22.11.2012) <http://www.orghandbuch.de>

**Hartshorne & May 1928;** In: (Zugriff: 08.03.2012) <http://arbeitsblaetter.stangltaller.at/>



**Höchste Marktanteile, höchste Kontaktzahlen, beste Imagewerte, 2007;** In: (Zugriff: 22.10.2012) [http://www.presseportal.de/pm/6535/1107182/der\\_kinderkanal\\_ard\\_zdf](http://www.presseportal.de/pm/6535/1107182/der_kinderkanal_ard_zdf)

**Höfs, Maria :** Neue Medien- neue Kinder?; In: (Zugriff: 04.03.2012) <http://medienbewusst.de/internet/20090215/neue-medien-neue-kinder.html>

**Höpflinger, François:** **Generationenfrage Konzepte und theoretische Ansätze;** In: (Zugriff: 19.12.2012) <http://www.hoepflinger.com>

**Jäckel, Michael (Hrsg.):** Lehrbuch der Mediensoziologie. Opladen. Herbst 2005; In: (Zugriff: 8. 12. 2012) <http://www.bamberg-gewinnt.de/wordpress/wp-content/pdf/MedienSozialerWandelPreprint.pdf>

**JIM-Studie 2011 zur Mediennutzung bei Jugendlichen;** In: (Zugriff: 04.07.12) <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf11/JIM2011.pdf>, <http://www.lehrerfreund.de/in/schule/1s/jim-2011-konsumieren-kommunizieren>

**Junghanns, Katja :** Reader zum Thema: Ausgewählte Grundbegriffe der Medienpädagogik. Technische Universität Chemnitz/ Philosophische Fakultät, Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien, Chemnitz 2005; In: (Zugriff: 10.12.2012) <http://www.tu-chemnitz.de/phil/imf/professuren/elearning/files/ReaderMedienpaedagogik.pdf>

**KI.KA;** In: (Zugriff: 22.10.2012) <http://www.kika.de/> und <http://de.alexpedia.org/wiki/KI.KA> und <http://lexikon.de/KiKA>

**Kinderfilm-Aktion 2012:** Ausgabe 129-1/21012 der Kinder- und Jugendfilm Korrespondenz, Redaktion epd Film Frankfurt am Main, Bonn, München 2012; In: (Zugriff: 12.12.2012) [www.kim-info.de/pdf/kinderfilmaktion\\_2012.pdf](http://www.kim-info.de/pdf/kinderfilmaktion_2012.pdf)

**Klages, Helmut (2011):** Sozialpsychologie und Werte. Entstehung, Bedeutung und Zukunft der Werteforschung, Universität Speyer; In: (Zugriff: 09.12.2012) <http://www.epb.uni-hamburg.de/files/Abstracts%2023.%20Symposion.pdf>

**Kränzl-Nagl, Renate (Wien) / Mierendorff, Johanna (Halle an der Saale):** Kindheit im Wandel Annäherungen an ein komplexes Phänomen  
SWS-Rundschau , (47.Jg.)Heft 1/2007; In: [www.sws-rundschau.at](http://www.sws-rundschau.at)

**Maiwald, Armin im Interview „Das tut fast weh“;** In: (Zugriff: 22.10.2012) <http://www.fr-online.de/-das-tut-fast-weh-/1472782,3200188,item,0.html>

**Maslow (1954):** Motivation and personality. A.Harper & Row, New York 1954; überarbeitete Ausgabe ebd. 1970; In: (Zugriff: 07.03.2012) <http://uni-protokolle.de/Lexikon/Moral.html>

**Moser, Heinz:** Einführung in die Medienpädagogik. Aufwachsen im Medienzeitalter. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2006; In: (Zugriff:09.12.2012)  
[www.socialnet.de/rezensionen/4500.php](http://www.socialnet.de/rezensionen/4500.php)

**Payrhuber, A. ; Granzner - Stuhrs, S. : Vorlieben,** Vorbilder und Werte jugendlicher Fernsehrezipienten.2008; In: (Zugriff: 08. 05. 2012) :  
[http://www.fsf.de/phplit\\_down/pdf/granzner\\_payrhuber060\\_tvd46.pdf](http://www.fsf.de/phplit_down/pdf/granzner_payrhuber060_tvd46.pdf)

**Payrhuber, A. ; Granzner - Stuhrs, S. :** Wertevermittlung durch real-world-embedded Fernsehfor mate, Abstracts zum 23. Hamburger Symposion; In: (Zugriff: 08. 05. 2012)  
<http://www.epb.uni-hamburg.de/files/Abstracts%2023.%20Symposion.pdf>

**Pfeiffer, Stefanie:** Reflektierende Dokumentation zum Entwurf von Lernmaterialien für Schulungen in der technischen Dokumentation und Schulungsabteilung, GRIN Verlag, 2008; In: (Zugriff: 08. 01.12)  
[http://books.google.at/books/about/Reflektierende\\_Dokumentation\\_zum\\_Entwurf.html?id=d96P2kgISvIC&redir\\_esc=y](http://books.google.at/books/about/Reflektierende_Dokumentation_zum_Entwurf.html?id=d96P2kgISvIC&redir_esc=y)

**Rodek, Hanns-Georg:** Biografie Arend Agthe; In: (Zugriff: 22.10.2012)  
<http://www.filmportal.de>

**Schorb, Bernd:** Zwischen Reformpädagogik und Technozentrik. Über Kinoreformer und die „Keilhacker-Schule“ zu einer handlungsorientierten Medienpädagogik. In: Susanne Hiegemann/ Wolfgang H. Swoboda (Hrsg.): Handbuch der Medienpädagogik. Theorieansätze - Traditionen – Praxisfelder- Forschungsperspektiven, Opladen Wiesbaden 1994. S. 149-166; In: (Zugriff:10.10.2012) <http://www.mediaculture-online.de>

**Sendercheck Kinderkanal;** In: (Zugriff: 22.10.2012) [http://fernsehkritik.tv/folge-39/Start/Filme für Kinder und Jugendlichen Genres des Kinderfilms](http://fernsehkritik.tv/folge-39/Start/Filme_für_Kinder_und_Jugendlichen_Genres_des_Kinderfilms) Und In: (Zugriff: 23.12.2012) <http://www.hdm-stuttgart.de/ifak/medientipps/filme/ueberblick/kinderfilmgenres>

**Shell Jugendstudien (2002, 2006, 2010);** In: (Zugriff: 10.10.2012) <http://www.shell.de/>

**Shell- Jugendstudie 2006;** In:(Zugriff: 03.03.12) [http://www.zeit.de/2006/39/Shell\\_Studie](http://www.zeit.de/2006/39/Shell_Studie),  
[http://www.shell.de/home/content/deu/aboutshell/our\\_commitment/shell\\_youth\\_study/2010/values/](http://www.shell.de/home/content/deu/aboutshell/our_commitment/shell_youth_study/2010/values/),  
[http://www.diakonierwl.de/cms/media/pdf/arbeitsbereiche/junge\\_menschen/erziehungshilfe/Kleine\\_Analyse\\_der\\_16\\_Shell-Jugendstudie.pdf](http://www.diakonierwl.de/cms/media/pdf/arbeitsbereiche/junge_menschen/erziehungshilfe/Kleine_Analyse_der_16_Shell-Jugendstudie.pdf)  
[shell.de...10.12.2012](http://www.shell.de))

**Stangl, W. :** Das Modell der moralischen Entwicklung nach Lawrence Kohlberg; In: (Zugriff: 8. 02. 2012) <http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/Moralischeentwicklung/Kohlbergmodell.html>

**Übereinkommen über die Rechte des Kindes;** In: (Zugriff: 02.02.12)

[http://www.kinderrechte.gv.at/home/upload/10%20news/die\\_rechte\\_von\\_kindern\\_und\\_jugendlichen\\_2011\\_minimiert.pdf](http://www.kinderrechte.gv.at/home/upload/10%20news/die_rechte_von_kindern_und_jugendlichen_2011_minimiert.pdf))

**Uni Protokolle:** Moral. In: (Zugriff: 08.08.2011). <http://uni-protokolle.de/Lexikon/Moral.html>

**Videos für Kinder:** In: (Zugriff: 07.12.2012)

[http://kinder.video4me.net/2011\\_10\\_12\\_archive.html...07.12.2012](http://kinder.video4me.net/2011_10_12_archive.html...07.12.2012))

**Wermke, Jutta:** Medienpädagogik. In: Helmut Schanze (Hrsg.): Handbuch der Mediengeschichte. Kröners Taschenbuchausgabe, Bd. 360. Stuttgart 2001. S. 140-157; In: (Zugriff: 19.02.2012) [http://www.mediaculture-online.de/www.kim-info.de/pdf/kinderfilmaktion\\_2012.pdf](http://www.mediaculture-online.de/www.kim-info.de/pdf/kinderfilmaktion_2012.pdf)

**Zauchner, Sabine:** Gender. Neue Medien. Identität., Geschlechterrollen und postmoderne Identitäten. Donau-Universität, Krems 2007; In: (Zugriff: 12.12.2012) <http://www.donau-uni.ac.at>

**ZDF schiebt auch Ki.Ka und 3Sat in HDTV ab Mai 2012 an den Start;** In: (Zugriff: 22.10.2012) <http://www.satundkabel.de/index.php/home-mainmenu-1/16-fernsehen/82370-zdf-schiebt-auch-kika-und-3sat-in-hdtv-ab-mai-2012-an-den-start>

**ZDF will nicht, Kika: Ausweitung der Sendezeit problematisch;** In: (Zugriff: 22.10.2012) [http://www.dwld.de/nachrichten/21208/kika\\_ausweitung\\_der\\_sendezeit\\_problematisch/](http://www.dwld.de/nachrichten/21208/kika_ausweitung_der_sendezeit_problematisch/)

## ABBILDUNGEN

**Abb.1:** Modelllernen - die zwei Phasen des Lernprozesses nach Bandura In: (Zugriff: 19.12.2012)

<http://arbeitsblaetter.stangl-taller.at/LERNEN/Modelllernen.shtml>

**Abb.2:** Zusammenhang zwischen den Stadien der Praxis und der Regeln nach Piaget. In: (Zugriff: 19.12.2012)

<http://beabeablog.files.wordpress.com/2009/06/3406-kap-2-1-1-piaget.pdf>

**Abb.3:** Die Moralstufen im Überblick. In: (Zugriff: 19.12.2012)

<http://www.realbrugg.ch/ruegsegger/grafik/4.1.png>

**Abb.4:** Entwicklung moralischen Bewusstseins. In: (Zugriff: 19.12.2012)

<http://www.realbrugg.ch/ruegsegger/grafik/4.2.png>

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

<b>Abb.1:</b> Modelllernen - die zwei Phasen des Lernprozesses nach Bandura .....	41
<b>Abb.2:</b> Zusammenhang zwischen den Stadien der Praxis und der Regeln nach Piaget.....	60
<b>Abb.3:</b> Die Moralstufen im Überblick.....	60
<b>Abb.4:</b> Entwicklung moralischen Bewusstseins.....	61

## TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1 :	Allgemeine Häufigkeiten.....	116
Tabelle 2 :	Erhebungsjahre.....	117
Tabelle 3 :	Kinohäufigkeit.....	117
Tabelle 4 :	Kinohäufigkeit alle Jahrgänge.....	117
Tabelle 5 :	Verteilung der Kinohäufigkeit in verschiedenen Jahren.....	118
Tabelle 6 :	Kinohäufigkeit, Einteilung Alter.....	118
Tabelle 6a :	Kinohäufigkeit, Einteilung Alter.....	119
Tabelle 7 :	Fernsehhäufigkeit.....	119
Tabelle 7a :	Fernsehhäufigkeit, Verteilung Erhebungsjahre.....	120
Tabelle 8:	Fernsehhäufigkeit nach Alter.....	120
Tabelle 8a:	Fernsehhäufigkeit nach Alter.....	120
Tabelle 9:	Kinohäufigkeit nach Jahren.....	121
Tabelle 10:	Kinohäufigkeit, Tests.....	122
Tabelle 11:	Vergleich Kinohäufigkeit, Fernsehhäufigkeit.....	122
Tabelle 12:	Vergleich Kinohäufigkeit/ Fernsehhäufigkeit Tests.....	122
Tabelle 13:	die 5 am häufigsten genannten Filme.....	123
Tabelle 14:	beliebtesten Filme.....	124
Tabelle 15:	die 25 meistgenannten Filme im Altersvergleich.....	127
Tabelle 16:	die 5 meistgenannten Filme im Altersvergleich.....	127
Tabelle 17:	Filmgenre gesamt.....	128
Tabelle 17a:	Filmgenre gesamt, Kreisdiagramm.....	128

Tabelle 18:	Filmgenre gesamt in den Jahren 1993-2012.....	128
Tabelle 18a:	Filmgenre gesamt in den Jahren 1993-2012, Säulendiagramm.....	128
Tabelle 19:	Beliebte Sendungen.....	130
Tabelle 20:	Beliebte Sendungen in Abhängigkeit von der Altersklasse.....	131f
Tabelle 21:	Sendungsgenre Häufigkeiten .....	132
Tabelle 22:	Sendungsgenre Häufigkeiten über Jahrgänge.....	132
Tabelle 23a:	Sendungsgenre Häufigkeiten über Jahrgänge, Säulendiagramm.....	133
Tabelle 24:	Sendungsgenre in Abhängigkeit vom Alter.....	133
Tabelle 24a:	Sendungsgenre in Abhängigkeit vom Alter, Säulendiagramm.....	133
Tabelle 25:	Beliebte Wunschinhalte.....	134f
Tabelle 26:	Werte in den Filmen.....	136
Tabelle 27:	Relevanz- Werte.....	136
Tabelle 27a:	Relevanz- Werte, Kreisdiagramm.....	137
Tabelle 28:	Werte in den Jahrgängen – Häufigkeit der Nennungen.....	137
Tabelle 29:	Werte in den Altersklassen.....	138
Tabelle 30:	Werte in den Altersklassen nach Jahren.....	138
Tabelle 30a:	Werte in den Altersklassen nach Jahren, Balkendiagramm.....	139
Tabelle 31:	Werte in Sendungen gesamt.....	139
Tabelle 32:	Sendungswerte in den einzelnen Jahrgängen.....	140
Tabelle 33:	Sendungswerte in den Altersklassen.....	140
Tabelle 34:	Sendungswerte in den Altersklassen, Balkendiagramm.....	141
Tabelle 35:	Relevanz- Werte bei Sendungen.....	141
Tabelle 36:	Relevanz- Werte bei Sendungen nach Jahren.....	141
Tabelle 37:	Relevanz- Werte bei Sendungen in Abhängigkeit vom Alter.....	142
Tabelle 38:	Wunschinhalt Werte gesamt.....	142
Tabelle 39:	Wunschinhalte in Abhängigkeit vom Jahrgang.....	143
Tabelle 40:	Werte der Wunschinhalte in den Altersklassen.....	143
Tabelle 41:	Relevanz der Wunschinhalte.....	144
Tabelle 42:	Relevanz der Wunschinhalte in Abhängigkeit vom Alter und Jahre.....	144
Tabelle 43:	Wertnennungen gesamt.....	145
Tabelle 44:	Werte in Abhängigkeit vom Jahrgang.....	146

Tabelle 45:	Werte in Abhängigkeit vom Alter.....	147
Tabelle 46:	Werte in Abhängigkeit vom Geschlecht.....	147f
Tabelle 47:	Werte- Relevanz gesamt.....	148
Tabelle 48:	Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang.....	149
Tabelle 48a:	Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Jahrgang, Balkendiagramm.....	149
Tabelle 49:	Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Alter.....	150
Tabelle 50:	Werte- Relevanz in Abhängigkeit vom Geschlecht.....	150
Tabelle 52:	Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung gesamt.....	151
Tabelle 53:	Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung nach Alter und Jahren.....	151
Tabelle 54:	Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung nach Jahren Gesamt.....	152
Tabelle 55:	Internetnutzung Häufigkeit, Tests.....	152
Tabelle 56:	Internetnutzung Häufigkeit Internetnutzung nach Alter, Kruskal-Wallis Test.....	153
Tabelle 56a:	Internetnutzung Häufigkeit, Tests.....	153
Tabelle 57:	Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und Internetnutzung.....	154
Tabelle 58:	Aufmerksamkeit auf GOLDENEN SPATZ.....	154
Tabelle 59:	Aufmerksamkeit auf GOLDENEN SPATZ, Kreisdiagramm.....	155
Tabelle 60:	Kinonutzung.....	169
Tabelle 61:	Fernsehnutzung.....	170
Tabelle 62:	beliebte Filme.....	175
Tabelle 63:	Filmgenre-Nennungen in den Jahren 1993-2012.....	177
Tabelle 64:	Vergleich Realserie/ Animationsserie.....	181
Tabelle 65:	Vergleich Realserie/ Animationsserie nach Alter.....	182
Tabelle 66:	Wertegruppen nach Alter.....	186
Tabelle 67:	Relevanz- Werte nach Jahren.....	188
Tabelle 68:	Relevanz- Werte nach Alter.....	189
Tabelle 69:	Relevanz- Werte nach Geschlecht.....	189
Tabelle 70:	Aufmerksamkeit auf den GOLDENEN SPATZ.....	194

## **ANHANG A: HALBSTRUKTURIERTE INTERVIEWS**

### **A.1 Interviewleitfaden**

*Checkliste der Vorgehensweise:*

- Definition der Fragestellung
- Festlegung der Stichprobe
- Formulierung des Diskussionsleitfadens
- Rekrutierung der Teilnehmer
- Begrüßung
- Hinweise auf benutzte Aufzeichnungsverfahren
- Vorstellen der Teilnehmer
- Aufklärung über Untersuchungszweck
- Motivation zu ernsthaftem Arbeiten
- Beginn mit leicht zu beantwortenden Fragen
- Positive Verstärkung erster Wortbeiträge
- Stimulierung einer Vielzahl von Wortbeiträgen und Beteiligung möglichst aller Teilnehmer an der Diskussion durch Aufgreifen neuer Themenaspekte, Anregung zu Kritik, Zusammenfassung des Gesagten, Bestehenlassen divergierender Meinungen, Weiterleiten auf neue Themen, möglichst wenig Beeinflussung des spontanen Gesprächsverlaufs
- Abschluß/Verabschiedung der Teilnehmer
- Protokollierung
- Auswertung und Interpretation
- Ergebniszusammenstellung
- Ergebnispräsentation ([http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/ngruppendifkussion\\_b.html](http://imihome.imi.uni-karlsruhe.de/ngruppendifkussion_b.html))

- Erklärung, warum das Interview stattfindet, Anliegen
- Eisbrecherfrage: Was machst du wenn du sturmfrei hast?

*Fragen:*

1. Hast du einen eigenen Fernseher?
2. Wie oft siehst du fern?
3. Warum schaust du gerne Fernsehen?
4. Wie schaust du am liebsten Fernsehen? Allein oder mit der Familie?
  - a. Schauen deine Eltern auch Sendungen mit dir mit? Wenn ja welche?
5. Bevorzugst du das Erwachsenenprogramm? Wenn ja welches?
  - a. Findest du das Kinderprogramm für deinem Alter zu langweilig, bietet es dir zu wenig?
6. Wenn du die Wahl hättest, würdest du dich dann lieber für Fernsehen oder Internet entscheiden?
  - a. Was nutzt du häufiger?
7. Schaust du Filme im Internet?
8. Bevorzugst du lieber Filme aus Fernsehen oder Kino?
9. Magst du lieber „Animiertes“ oder „Reales“ Film und Fernsehen?
10. Wie findest du Filme wie die „Vorstadtkrokodile“, „die wilden Hühner“ und „die wilden Kerle“?
  - a. Welche Werte spielen in den Filmen eine Rolle?
  - b. Kannst du dich mit den Figuren identifizieren?
11. Hast du schon mal einen Film mit deinen Freunden nachgespielt?
12. Welche Themen in Film und Fernsehen interessieren dich?
13. Wie könnte das Film und Fernsehprogramm besser in Zukunft gestaltet werden?  
(Geschichten, Themen, Inhalte)



## **A.2 Transkription halbstrukturierter Interviews**

### **Gruppendiskussion**

#00:00:00-0# I: Wichtig ist mir was euch heute an Kinderfilmen und dem Fernsehprogramm wichtig ist und was euch wirklich interessiert.

#00:00:56-5# I: meine erste Frage an euch, wer hat einen eigenen Fernseher?

#00:00:59-5# Alle: Ich

#00:01:02-6# I: Hat jeder einen eigenen Fernseher im Zimmer?

#00:01:03-8# Ja

#00:01:05-1# LW: Ich krieg einen, ich krieg einen.

#00:01:06-4# I: und findet ihr das gut einen eigenen Fernseher im Zimmer zu haben?

#00:01:09-0# Alle: Ja

#00:01:10-4# LW: Schau mal wenn die Brüder was Andres schauen z.B. dann muss man das selber schauen was sie schauen und festlegen zu mindestens.

#00:01:16-7# VB: Also ich finde es gut wenn jeder aus seiner Familie seine eigenen Sendungen schauen kann.

#00:01:23-3# I: Schaut ihr dann nicht total unkontrolliert?

#00:01:30-7# Su: Man schaut eigentlich unkontrollierte Filme, man schaltet z.B. auf irgendein Blödsinn und daraufhin kann man auch süchtig werden und die Eltern können auch kontrollieren was wie schauen und so.

#00:01:44-5# I: Was sagt ihr dazu?

#00:01:47-0# AW: So denk ich eigentlich nicht, denn ich überlege schon was ich mir anschauen will und wenn mir einfach was nicht gefällt, dann schalte ich einfach weiter.

#00:01:54-7# I: Wie oft schau ihr Fernsehen?

#00:01:57-3# Su: Am Abend meistens.

#00:01:59-7# AW: gegen 19 bis 21 Uhr,

#00:02:04-0# AW: von 19- 20 Uhr essen wir immer und dann darf ich immer Fernsehen bis 21 Uhr

#00:02:10-5# LW: Von 6 Uhr Abends bis 9 Uhr, kommt drauf an wann ich aufstehen muss und am Wochenende, kommt darauf an was spielt.

#00:02:18-7# VB: Also ich schau meistens nur eine Sendung aber ich schaue auch andere Sendungen.

#00:02:27-3# Su: Entweder spiele ich mit meinem Hund oder ich sitz am lernen und schau nur manchmal Fernsehen.

#00:02:36-2# Su: Aber mein Papa schau so gerne Fußball und mein Großer Bruder schaut auch mit und schau aber nicht so gerne mit, lieber selber.

#00:02:45-0# I: Was würdet ihr machen wenn ihr Sturmfrei habt?

#00:02:46-6# AW: ähm, ich würde ganz viel Rad fahren und ganz viel unternehmen.

#00:02:53-4# Su: Ja aber viel Fernsehen, das finde ich nicht.

#00:02:55-8# AW: Fernschauen

#00:02:56-5# LW: Wenn ich sturmfrei hätte würde ich nicht so viel fern schauen.

#00:03:01-8# VB: Also ich würde weiß ich nicht in den Prater fahren oder mit meiner besten Freundin irgendwohin gehen.

#00:03:13-4# Su: Nach Ungarn fahren, dort haben Oma und Opa ein Haus und dort ist sehr viel Natur und das ist sehr schön.

#00:03:22-3# Und sonst spiele ich und schau nur am Abend mal Nachrichten mit meinem Opa.

#00:03:29-6# Lw: Ich finde man sollte dann nicht so viel Fernschauen sondern man sollte das eher genießen.

#00:03:34-7# VB: Ich find auch nicht.

#00:03:36-5# Kuckt ihr jeden Tag regelmäßig eine Serie?

#00:03:43-7# Alle: Ja

#00:03:44-6# AW: H20 - Plötzlich Meerjungfrau

#00:03:46-7# Lw: Es geht um 2 Meerjungfrauen, die wurden verwandelt in einer Höhle und jetzt geht es darum...

#00:03:52-1# AW: und jetzt ist eine auf Weltreise und jetzt hat die 3. Staffel begonnen und da wurde einer ausgetauscht.

#00:03:58-9# : VB: Bella

#00:04:00-3# AW: äh die äh Emma,

#00:04:02-6# VB: ja

#00:04:03-4# AW: und dann fahren sie zu Bella weil die Emma ist auch begeistert und früher war sie ihre Freundin und was sie bewundern ist, dass sie in 10 Sekunden zu Meerjungfrauen werden.

#00:04:13-5# LW: Aber das ist auch manchmal das Problem und darum geht es auch eigentlich auch.

#00:04:16-3# Su: ein durchs Wasserprogramm

#00:04:18-3# AW: und sie dürfen nie wenn es Vollmond ist, den Mond anfassen

#00:04:21-7# LW: so ein Fernseh- Werwolf oder so was

#00:04:23-5# AW: Nein

#00:04:25-9# I: Das kommt jeden Tag?

#00:04:27-3# VB: Das kommt jeden Tag von Montag bis Freitag.

LW: nein nicht jeden Tag, VB: also von Montag bis Freitag

AW: Montags bis Donnerstag, LW: bis Freitag, AW: ähäh, VB: oh ja

#00:04:38-1# Su: ich muss mir das jeden Tag anschauen, weil ich bin immer so gespannt.

#00:04:41-3# I: Wann kommt das um wie viel Uhr?

#00:04:42-4# AW: um 21.10 bis, LW: Nein, Annika 20.10 bis VB 21.00

#00:04:48-6# I: Titel?

#00:04:49-6# Alle zusammen H20 Plötzlich Meerjungfrau.

#00:04:52-3# I: Auf welchem Sender?

#00:04:53-7# alle: Kika

#00:04:55-0# Su: Das ist urcool, die eine Meerjungfrau hat einen Freund, der weiß aber nur dass sie Meerjungfrauen sind.

#00:05:02-4# und da gibt's einen, das habe ich mir gestern angeschaut der ist so neugierig und weiß nicht warum sie nicht befreundet sind und nehmen sich vor dem in Acht und so.

#00:05:13-2# VB: Also da geht's eigentlich um die Abenteuer von den Meerjungfrauen.

#00:05:17-7# AW: Es ist lustig LW: Spannend, AW: es ist spannend und Liebe gibt's auch.

#00:05:22-9# AW: Also alles was ein Mädchen in einer wirklichen, echten, guten Serie braucht ist da drinnen.

#00:05:29-4# I: Könnt ihr euch mit den Figuren identifizieren?

#00:05:31-8# Alle: naja ja... schon.

#00:05:36-3# LW: wir sind ja grad elf und die sind ja schon 15 oder so.

#00:05:39-0# AW: und sie leben in Australien... hehehe

#00:05:40-5# Ist das Realitätsfernsehen?

#00:05:46-0# AW: Es ist schon Reality aber es werden auch so „Specialeffects“ eingefügt.

#00:05:49-0# Ist es eine Serie?

#00:05:54-2# AW: Es ist eine Serie mit echten Menschen.

#00:05:54-1# Su: Z.B. eine kann. AW: eine kann was zusammengeben und dann wenn man. VB Also dort kann sie so Wasserblasen machen.

#00:06:03-9# AW: eine kann das Wasser so kontrollieren, also so hochgeben.

#00:06:11-7# I: also sehr fiktiv.

#00:06:20-1# LW: Sehr vieles ist da schlüssig.

#00:06:21-1# LW: aber wenn man nicht gleich von Anfang schaut würde man sich nicht auskennen.

#00:06:24-2# I: Aber Liebe, Freundschaft?

#00:06:25-4# Alle : Ja ,Liebe, Freundschaft

#00:06:31-9# Su: und sie versuchen z.B. die Eine von ihrem Freund fernzuhalten weil der mal ...

#00:06:39-4# LW: Das war mal, das war mal...Su: Ja  
AW: War einmal

#00:06:42-3# Aber die haben im Zug versucht sie von ihrem Freund wegzuhalten.

#00:06:45-4# LW: Egal, AW: Es ist auch egal.

#00:06:46-5# Gehts auch um Gerechtigkeit?

#00:06:49-4# AW: Es geht auch um Gerechtigkeit weil manchmal behandeln sie sich ein bisschen unfair und sie de Bella hat ihre Freundin davon überzeugt sich mal was zu trauen.

#00:07:24-8# aber dann hat sie gemerkt das der Eine der „Oberlooser“ ist und das war voll lustig.

#00:07:35-6# Was ist eure Lieblingsfilmkategorie?

#00:07:48-7# AW: Ich find Serien gut weil Filme schaut man einmal aber Serien kann man immer wieder schauen und man merkt

#00:08:01-9# immer wieder von Anfang an...LW: Der Beginn ist ja auch...

#00:08:07-4# AW: dann merkt man ja auch die Verwandlung und wenn es nur ein ganz normaler Film ist dann merkt man nicht so die Verwandlung.

#00:08:16-3# LW: Ich finde in einer Serie passiert immer was Anderes,

#00:08:18-2# LW: also jeden Tag und wenn man an einem Tag die Serie schaut und das wird dann ganz spannend, dann will man das den nächsten Tag wiedersehen und so geht das immer

#00:08:24-3# schaut ihr lieber Serien mit echten Menschen

#00:08:29-0# Alle: Ja, AW: Zeichentrick habe ich schon abgehakt.

#00:08:33-9# Wie schaut es bei dem Rest aus mit Zeichentrick?

#00:08:34-5# LW: kommt drauf an,

Su: manchmal wirklich witzig , VB: Es gibt schon gute Filme.

#00:08:42-4# AW: bei den Echten kann man sich mehr vorstellen.

#00:08:47-0# ja dann sind echte besser als Zeichentrick, eine Geschichte oder so kann man sich besser vorstellen.

#00:08:57-1# könnt ihr euch an einen richtig guten Film erinnern?

#00:09:03-1# AW: ich mag die Hayao Miyazaki filme sehr gut, das ist von einem Regisseur der hat auch bei Heidi mitgeholfen.

#00:09:25-5# AW: Das ist Anime.

#00:09:36-2# LW: Ich find diese lustigen Filme wie... Su: Tom und Cherry. Alle: nee

#00:09:40-7# LW: Ich find das wie Traumschiff Surprise oder den Schuh des Manitu, ich find solche witzigen Filme einfach gut.

#00:09:46-6# I: Aber das sind doch Erwachsenenfilme?

#00:09:48-9# Su: Schuh des Manitou ist überhaupt kein Erwachsenenfilm. LW: Oh ja, SU: das kann man für Kinder und auch für Erwachsene.

#00:10:01-9# Was kennt ihr nur für Kinder bzw. mögt ihr?

#00:10:03-1# VB: Corraline, den gibt's auf DVD und der ist voll cool. AW: ja den kenn ich auch, den hab ich auch.

#00:10:14-4# VB: Das ist wie ein Horrorfilm.

#00:10:17-7# AW:Es ist ähnlich wie ein Horrorfilm.

#00:10:21-4# also es ist sozusagen ein Horrorfilm aber ohne Blut und ohne Kopf abschneiden. oder so.

#00:10:27-9# Ab wieviel Jahren?

#00:10:28-7# ab sechs

#00:10:29-9# I: Lieber Kino oder Fernsehen?

#00:10:38-5# Kino ist schon cool aber.. AW: aber zuhause ist es einfach gemütlicher beim eigenen Fernseher

#00:10:48-0# LW: Zuhause kann man auch einfach dauernd aufs Klo gehen, das ist viel schöner.

#00:10:53-7# VB: das ist besser da kann man sich eine Kuschelecke machen oder so.

#00:11:00-3# Su: man kann auch auf Pause drücken.

#00:11:02-1# VB: da kann man immer wieder den Film stoppen aber im Kino sitzt dann vielleicht so ein großer Mann vor dir und dann siehst du wieder nichts und dann wird es immer so laut und...

#00:11:14-9# LW: Da muss man auch alles kaufen und so, ich find das ein bisschen naja.

#00:11:20-3# LW: ok es gibt auch 3d, AW: das Kann man auch zu Hause machen. LW: Ok

#00:11:25-0# Su: Ich find das Kino naja, da sind dann auch urviele Leute und in der Schlange stehen und wenn man dann drankommt kann die Karte auch ausverkauft sein.

#00:11:34-1# I: empfindet ihr das Kino als was Besonderes?

#00:11:37-2# LW: Eigentlich schon aber es ist halt...

#00:11:39-4# AW: Wenn ein Film ganz neu rauskommt: Ich war gestern im Kino und habe mir den neuen Film angeschaut, das ist auch das coole an Kino.

#00:11:50-1# VB: Also es kommt drauf an, die neuesten Filme gibt es ja nicht immer gleich auf DVD und dann ists wiederum cool.

#00:12:02-7# letzter Film den ihr im Kino gesehen habt?

#00:12:06-3# AW: Hanni und Nanni 2

#00:12:08-3# LW: Spy kids 4 gestern, voller Action Film

#00:12:13-5# SU: Breaking Dawn

#00:12:27-1# VB: Ich war schon voll lange nicht mehr im Kino.

#00:12:26-7# Fernsehen allein oder mit der Familie?

#00:12:36-1# LW: Ich schaue lieber alleine, da kann man das Programm auswählen.

#00:12:38-5# AW: Am Freitag ist bei uns immer so Fernsehabend, da schauen wir uns immer die großen Shows oder „Dancingstars“ oder so was an und was sie immer spielen.

#00:12:48-4# Wenn wir nix finden, schaltet hat jeder auf das was er mag. Wir haben ja 3 Fernseher, einer im Bügel-wohnzimmer und einer im Kinderwohnzimmer und dann schauen wir manchmal mein Bruder und ich gemeinsam.

#00:13:01-2# LW: also ich schau lieber alleine, und wenn ein Fußballmatsch ist oder so dann lieber mit Papa



#00:13:16-3# Habt ihr einen gemeinsamen Lieblingsfilm mit euren Eltern?

#00:13:21-4# LW: Fußball

#00:13:25-4# Su: unsere Familie schau nicht so gemeinsam Fernsehen.

#00:14:04-3# Su: wir schauen ur gerne in den Weihnachtsferien die Aschenputtel Filme und die haben wir uns dann zusammen angeschaut.

#00:14:23-8# Su: Die waren auch manchmal ein bisschen gruselig.

#00:14:34-0# Langweilt euch das TV-Programm für Kinder?

#00:14:42-0# LW: Mein kleiner Bruder schaut manchmal andere Sachen wie. Su: Ich find Kicherkaninchen nicht so gut.

#00:14:51-6# LW: Ich schau meistens Nickolodeon

#00:14:53-2# AW: Nickolodeon ist auch gut, also da spielt immer gegen 19 Uhr Alkali und allein unter jungs aber auch die Gelübde oder die Zauberer von Waverly Place wurden auch schon langweilig.

#00:15:11-9# LW: Aber Kika spielt erst ab 20 Uhr oder so. da spielt es dann eher die Filme für uns, sag ich jetzt mal, eher die Spielfilme.

#00:15:23-2# AW: ja so Jim Knopf oder so.

#00:15:25-2# LW: Wobei zu Mittag spielt es dann Schloss Einstein oder so aber AW: ja das ist schon cool aber sonst LW: Aber?

#00:15:31-9# Su: Aber zu Mittag sind die Kinder ja noch nicht zu Hause.

#00:15:35-9# LW Eben, ja nur am Wochenende kann man das anschauen und das find ich schon ein bissl blöd.

#00:15:39-2# Was würdet ihr euch wünschen wenn ihr euch die Themen selber aussuchen könntet?

#00:15:51-4# AW: H2o und Action.

#00:15:55-4# Su: Actionfilme, lustige Filme.

#00:15:57-9# auf jeden Fall witzige oder auch...

#00:15:58-9# AW: Serien, viel Serien aber nicht zu viele Filme.

#00:16:04-0# LW: nicht zu viele Zeichentrickfilme

#00:16:05-6# AW: Eher mit echten Menschen

#00:16:13-6# VB: Es ist ja ein bisschen blöd, denn es spielt ja nicht immer die Sendungen die man gerade haben will.

#00:16:19-5# AW: Ja und dann ärgert man sich manchmal.

#00:16:23-9# LW: Es spielt mehr Sendungen für die kleineren auf Ki.Ka und auf Nick auch manchmal

#00:16:28-4# SU: Find ich auch, es spielt nicht so viel für Große, nur am Abend wenn man schlafen gehen muss wegen der Schule. Wenn man schlafen gehen muss spielt es natürlich die besten Filme.

#00:16:42-3# AW: die besten Serien

#00:16:43-5# LW: Kika hört um neun auf und Nick noch früher sozusagen.

#00:16:48-6# Schaut ihr auch Dokumentarfilme?

#00:16:54-2# AW: Nee schau ich nicht

#00:16:57-9# LW: Ich schau das schon für Kinder.

#00:17:03-4# VB: Das schau ich schon an, das schau ich auch immer mit meinem Bruder an weil da sind auch meistens solche Sachen wo für Kinder erklärt wird oder so Witzel Sendungen.

#00:17:07-6# VB: PurPlus schau ich mir manchmal an aber mehr nicht.

#00:17:12-4# LW: Aber manchmal sind so uninteressante Themen und das find ich dumm halt.

#00:17:15-4# I: Was ist uninteressant für euch?

#00:17:17-4# Su: Wissen macht Ah oder so.

#00:17:18-0# LW: Ja das ist total langweilig, da geht's um verschiedene Themen das ist Quatsch.

#00:17:22-9# Was ist langweilig und was ist gut an Themen?

#00:17:25-8# VB: Also Ich find's gut wenn man Effekte oder so macht.

#00:17:30-9# AW: Wenn man Specialeffects macht aber so Tierdokumentationen mag ich nicht.

#00:17:35-9# SU: Ich finde es spielt im Fernsehen mehr Buben als Mädchenfilme.

#00:17:40-1# AW: Aber am Abend spielt es mehr..

#00:17:41-5# Gesellschaftliche oder persönliche Themen?

Alle: persönliche Themen

### **Carmen**

Eingang Film

#00:02:22-6# I: Wie alt bist du?

#00:02:26-4# C: 11, im November 12

#00:02:27-9# C: ja

#00:02:32-6# I: Geschwister

#00:02:35-8# Bruder 25 wohnt in Zürich, Schwester auch in Zürich ist 21 und Bruder der ist 18 wohnt zu Hause und Mama ist 47 und wohnt auch zu Hause

#00:03:11-8# Wohnt ihr noch zu Dritt zu Hause?

#00:03:13-8# Ja zu fünft

#00:03:16-8# Wer ist der 4. und 5.?

#00:03:19-4# ähm meine Katze und mein Hund

#00:03:20-3# Achso und die kucken doch auch gern mal mit Fernsehen?

#00:03:28-8# mein Hund schon

#00:03:30-8# Was machst du wenn keiner zu Hause ist, wenn du sturmfrei hast?

#00:03:34-6# Dann erledige ich meistens die Sachen die ich noch machen muss, z.B.. Geschirrspüler ausräumen und so und dann schau ich Fernsehen, so einen Film und dann bereite ich am Abend...

in den Ferien machen meine Mama und ich Filmabende und so haben wir die letzten Tage auch geschaut

#00:04:02-1# Hast du einen eigenen Fernseher deinem Zimmer?

#00:04:06-1# Ich hatte mal einen aber den habe ich rausgetan weil das lenkt mich dann ein bisschen ab wenn ich z.B. was für die Schule mache aber das reicht, wir sind ja nur noch zu Dritt.

#00:04:18-1# Früher als noch alle zu Hause wohnten haben wir uns immer die Fernbedienung hin und her.

#00:00:02-2# und da habt ihr euch die Fernbedienung einfach immer gegenseitig geklaut?

#00:00:07-1# Ja und ich habe dann auch immer noch die Batterien rausgenommen wenn ich nicht dran war.

#00:00:15-5# weil jeder was anderes kucken wollte?

#00:00:17-2# konntest/Kannst du eigentlich immer schauen wann du willst?

#00:00:25-0# Ich hab ja allgemein nicht so viel geschaut und ja ich durfte eigentlich immer wann ich wollte.

#00:00:35-1# ich habe nie so lange geschaut.

#00:00:37-1# Wie lange schaust du?

#00:00:38-2# Alsooo Film

#00:00:53-0# Es gibt z. B Zac and Cody

#00:01:03-7# Läuft das auf dem Liechtensteiner Fernsehen?

#00:01:05-6# Nein da läuft nur so quatsch

#00:01:10-2# Die haben kein Kinderfernsehen?

#00:01:11-8# nein da laufen nur Fotos

#00:01:23-1# und die Pfefferkörner

#00:01:25-9# meistens verpasse ich die Sendungen weil ich schule habe oder nicht zu Hause bin, dann schaue ich sie manchmal im Bett am Computer noch

#00:01:40-4# mit bestimmten Programm kann man dann die Sendungen alle nachschauen und auch live schauen.

#00:01:54-8# ja z.B. bei Clipfish kann ich die einzelnen Sendungen anschauen und sonst schau ich bei YouTube oder da gibt es so Internetseiten. da kann man das auch schauen

#00:02:09-1# kuckst du lieber Serien oder Filme?

#00:02:10-3# Serien

#00:02:11-4# und Filme?

#00:02:13-7# die schaue ich entweder am Fernseher mit meiner Mama, Film Abend oder manchmal wenn wir den nicht zu Hause haben. Im Internet kann man den auch schauen.

#00:02:27-0# Warum schaust du gerne Fernsehen oder Filme?

#00:02:34-3# ja also eher filme, weil es ist einfach spannend ist und ich möchte ja auch unbedingt bei einem mitspielen und darum eigentlich auch.

#00:02:46-6# Auf was achtest du bei Filmen?

#00:02:59-4# Also wenn es mir gefällt, spannend ist und nicht so künstlich und so.

#00:03:08-1# Welche Kategorien magst du?

#00:03:30-7# ja also die Filme und die Kurzfilme auch teilweise aber manchmal will man weiterschauen weil es so spannend ist und dann hört es einfach auf und das ist manchmal blöd.

#00:03:46-3# Welche Werte sind dir beim Film wichtig?

#00:04:00-9# Ja z.B. bei den wilden Hühnern oder so wollte ich auch immer so eine Bande haben.

#00:04:15-6# Kannst du das was du in den Filmen siehst auch auf dein eigenes Leben beziehen und kannst du da auch daraus lernen?

#00:04:23-2# najaaa, kommt darauf an was für ein Film, also meistens schon.

#00:04:43-9# Um was geht es in Filmen wie den Vorstadtkrokodilen?

#00:04:47-4# ja um Zusammenhalt, dass man füreinander da ist.

#00:04:58-8# Hast du schon mal Sachen aus Filmen selbst übernommen?

#00:05:13-7# ja,

#00:05:19-3# ich wollte dann auch so eine Hütte haben und dann haben wir eine bekommen und dann haben wir daraus auch so Ketten gemacht und so, also mit den Federn und so. und so was habe ich schon öfters gemacht.

#00:05:45-8# Hast du Freunde die diese Filminteressen mit dir teilen?

#00:05:55-3# nicht alle aber ab und zu schon, ja.

#00:05:59-6# Hattet ihr dann auch so eine richtige Gang wie die wilden Hühner?

#00:06:01-8# ja aber nur für eine kurze zeit.

#00:06:06-5# Gab es da auch diese Rollenverteilungen?

#00:06:14-3# Also ich war die der die Hühner gehören und die Mutter war Taxifahrerin und die mit der Brille war eine Freundin und die andere Freundin war dann die Andere. Ich kenn die Namen nicht mehr.

#00:06:49-1# Hast du schon mal durch Filme Freunde gefunden?

#00:06:50-8# mhmm ...nein eigentlich nicht.

#00:07:02-4# schaust du auch gemeinsam mit deinen Freunden Filme?

#00:07:03-6# ja also mögen tun wir schon meistens die gleichen Filme aber ja

#00:07:14-6# schaust du auch Erwachsenenfilme?

#00:07:20-9# das ist gemischt die Welt der Amelie habe ich ja die Kritik geschrieben, das habe ich auch sehr gut verstanden. Also solche Filme schaue ich schon auch mehr und sonst sowas wie die wilden Hühner so in diese Art.

#00:07:42-1# schaut deine Mama da auch mit bei so wilden Hühner oder so?

#00:07:46-3# beim ersten mal schon aber als ich das dann das 5. und 6.mal geschaut habe nicht mehr. Hihi

#00:07:50-5# schaust du das dann auf DVD zu Hause?

#00:07:54-4# ja und dann schau ich das richtig oft, also kommt drauf an wie gut das ist.

#00:08:01-2# z.B. Chocolat hat mir eine Frau die ich kenne hat sie mir empfohlen und der war wirklich super und den habe ich dann drei viermal geschaut.

#00:08:16-6# Also das schaut meine Mama auch ein paarmal mit

#00:08:20-6# Gehst du auch gern ins Kino?

#00:08:26-4# schon aber manchmal ist es schöner zu Hause zu schauen

#00:08:32-3# Was ist besser Kino oder Fernsehen?

#00:08:41-6# ich finde beides gleich gut, eigentlich außer man kann zu Hause immer stop drücken und Essen holen, auf Toilette Gehen, und das Kissen vor den Kopf halten.

#00:09:28-6# Wenn du die Wahl hättest Fernsehen oder Internet?

#00:09:50-1# Da würd ich das Internet nehmen, denn da kannst du auch alles rausfinden und so und da kannst du auch komplett auswählen was

#00:10:04-7# Findest du das Kinderprogramm in Ordnung, Altersentsprechend?

#00:10:26-3# es geht so wenn ich noch in der schule bin so neu Uhr oder so, dann kommen eher so Kinderfilme. Die Kaninchen oder so. Weiß nicht genau aber ich denke da gibt es schon ein Büschen mehr oder etwa gleich viel.

#00:11:00-5# und Erwachsene gibt es wahrscheinlich schon ein bisschen mehr, also kommt drauf an welches Kind

#00:11:09-6# Was ist im Programm für dich Altersentsprechen?

#00:11:13-9# allein gegen die Zeit

#00:11:17-3# es ist spannend, ein Krimi und es geht auch um Zusammenhalt

#00:11:32-0# bevorzugst du eher gesellschaftliche oder persönliche Themen?

#00:11:54-4# Also privates find ich ein bisschen spannender

#00:11:57-9# da glaubst du das du durch Filmwissen Ansehen bei deinen Freunden bekommst?

#00:12:35-1# eher nicht. kommt halt drauf an was für Freunde du hast.

#00:12:53-7# Was sollten Fernsehfiguren haben um cool zu sein oder wenn du jetzt die Figuren kreieren würdest für einen Film, Charaktereigenschaften?



#00:13:07-3# mh...z.B. eine Bande oder so... es gibt ja ganz verschiedene z.B. die einen machen Sport gerne, den anderen die Musik, den anderen ist die Schönheit wichtig oder eher verschiedene in einem Film, nicht das gleiche. Ansonsten wär es ein bisschen langweilig.

#00:13:37-5# als Beispiel Lisa und sie mag nur das Aussehen und Steffi macht die Musik, si dass man sich immer in die jeweilige Person hineinversetzen kann.

#00:14:01-9# z.B. ein Baum, was findest du daran...da gibt es ganz verschieden Meinungen weil die einen eher sportlich sind und die anderen Musisch.

#00:14:21-0# Z.B. die Musiker würden sagen dieser Baum schaut aus wie eine Gitarre oder so

#00:14:43-9# Gibt's einen Grund warum du dich für den Goldenen Spatzen beworben hast?

#00:14:47-1# Ich hab es im Fernsehen gesehen und mir war grad sooo langweilig und dann hab ich gedacht und es geschaut. Aber nur geschaut, dann ist es nochmal gekommen, da habe ich die Mama gerufen. dann ist es später nochmal gekommen und dann habe ich mir das Zeug gemerkt die Seite und so und da hab ich dann gedacht ich bewerbe mich und dann ein tag zuvor hatte ich gerade einen Film geschaut Amelie und da dachte ich könnte ich gerade schreiben. Mama war draußen bei den Hasen und dann habe ich einfach so drauf losgeschrieben und dann hat es Mama gelesen und gesagt es sei toll und dann haben wir einfach eine Biographie über mich geschrieben, da hat es sie mir dann ein bisschen geholfen

#00:16:14-9# Welche Filme haben dir beim Goldenen Spatzen am besten gefallen?

#00:16:20-4# Mia und Minotaurus

#00:16:45-2# Tony Ten war der beste

#00:16:47-0# das war der coolste Film, der war spannend

#00:16:50-3# Warum war er spannend?

#00:16:54-4# es gab eine Geschichte und der Schauspieler war toll

#00:17:14-9# Was würdest du anders machen wenn du so ein Festival organisieren würdest?

#00:17:24-6# also ich fan eigentlich alles gut Filmauswahl war gut nur Li und Bo war blöd.

#00:17:37-0# war langweilig und es hat nichts gebracht.

#00:17:41-3# war Animation

#00:17:43-7# was war da direkt langweilig?

#00:17:45-5# jeder Esel weiß, dass ein Chamäleon sterben kann.

#00:18:21-5# wär cooler gewesen das mit Leuten zu machen die dann das Chamäleon suchen, das wäre spannender gewesen.

#00:19:20-0# was würdest du beachten wenn du Kinderfilme selber machen könntest?

#00:19:21-3# das es spannend ist und eine sinnvolle Geschichte

#00:19:41-3# das es real ist, weil ich persönlich das spannender finde und auch dass man sich hineinversetzen kann und

#00:20:00-7# die Schauspieler müssen ja das machen was ich persönlich auch könnte , sonst wäre es ja komisch wenn ich das selbst nicht schaffen, da muss ich mich hineinversetzen können. Ansonsten wäre die Geschichte nicht so gut, da müsste es jemand anderes schreiben.

#00:20:20-0# Freundschaft, Liebe, Zusammenhalt

#00:20:49-2# das man auch akzeptieren muss wie es ist

#00:20:56-2# Probleme wie Drogen wie bei Mia und Minotaurus und das die Eltern sich getrennt haben.

#00:21:10-3# das zeigt dass man nicht alles hinwerfen muss, sondern weiterleben und akzeptieren.

#00:21:31-2# Ein paar beim goldener Spatz haben gesagt, dass ist ein trauriger Film der wäre blöd aber es gibt ja auch das im Leben dann wäre es ja blöd wenn es nur gute Filme gibt, dann.

#00:21:43-3# Auch bei Vorstadtkrokodilen gab es einen Unfall und so und das zeigte auch dass wenn man jemanden braucht dass man ihn auch entlässt aus Gefängnis und so und sich auf denjenigen verlassen kann.

#00:22:05-6#

## **Johannes**

I: Lieber **Johannes**, schön dass du bei der Studie mitmachst

#00:00:19-8# Was machst du wenn du sturmfrei hast?

#00:00:35-5# J: Hat ich bis jetzt glaub ich noch nicht, wenn

#00:00:45-3# J: schwer.. bei uns zu Hause kann man nicht viel machen weil wir haben auch keinen Garten und da bin ich meistens alleine und da lese ich oder so. Manchmal auch Nintendo oder Wii

#00:01:08-7# I: Schaust du dann auch Filme?

#00:01:12-6# J: Ja

#00:01:14-8# I: Wie oft schaust du Fernsehen?

#00:01:22-5# J: jeden Abend und mit Mama manchmal aber meist alleine

#00:01:39-0# I: Hast du eine Lieblingssendung?

#00:01:41-0# J: nein

#00:01:50-3# I: Was interessiert dich?

#00:01:52-6# J: RTL

#00:02:06-0# J: so was wie Familien im Brennpunkt. Da sind so Familien die sich irgendwie streiten und dann irgendwie was rauskriegen wollen was der andere macht oder so.

#00:02:42-4# I: Warum guckst du gerne Fernsehen?

#00:02:47-3# J: Ich mach es halt nur wenn ich nichts anderes zu tun hab und weil mir so langweilig ist.

#00:03:05-6# J: und ich schaue lieber mit der Familie

#00:03:24-0# I: Was für ein Kinderprogramm magst du?

#00:03:27-3# J: das bei Super RTL oder Nickel

#00:03:46-1# J: Ich schau auch gern die Simpsons aber das kommt auf Pro7

#00:03:57-4# I: Was gefällt dir an den Simpsons?

#00:04:07-8# J: Die Figuren sind lustig und die machen da auch immer was Blödes was zwar Blöd ist aber auch lustig ist.

#00:05:24-2# Was ist dein Lieblingsfilm?

#00:05:50-6# Die Pfefferkörner und Die wilden Kerle sind cool und ich habe schon alle 5 Teile geschaut

#00:06:03-2# Magst du mehr Trickfilme oder Spielfilme die realitätsnah sind?

#00:06:12-4# Ich mag Beides aber das mit den echten Menschen finde ich besser?

#00:00:03-7# Ich finde den Torwart ganz cool, denn ich bin selbst Torwart.

#00:00:14-7# Er ist Mutig.

#00:02:06-6# Da ist auch eine Liebesgeschichte dabei. Ein Mädchen und ein Junge und die verlieben sich dann ineinander und werden dann am Ende ein Paar.

#00:05:46-4# ich schaue auch gern Spongebob und wenn der Seestern seine Dummheit dann zeigt ist das sehr lustig.

#00:07:21-6# Lieber Kino?

#00:07:51-2# Nein zu Hause ist es gemütlicher.

#00:08:38-1# Filme für Größere kommt zu wenig.

#00:09:05-7# Schloss Einstein schaut meine Schwester, da schau ich auch manchmal mit.

#00:00:10-5# Was würdest du gern nochmal sehen.

#00:00:20-2# Ice Age, der neue Teil war richtig cool.

#00:02:29-3# geht ihr oft ins Kino

#00:02:37-3# eher selten

#00:02:54-8#

## **ANHANG B: VARIABLEN- QUANTITATIVER TEIL**

### **Variablenbeschreibungen**

Variable	Position	Label	Meßniveau	Rolle	Spaltenbreite	Ausrichtung	Druckformat	Speicherformat
Nr	1	Laufnummer	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Jahr	2	GS-BewerbungsJahr	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
JAHRNEU	3	Erhebungsjahr	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Schule	4	Schule	Nominal	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Klasse	5	Klasse	Nominal	Eingabe	8	Links	A8	A8
Alter	6	Wie alt bist du?	Nominal	Eingabe	8	Links	A8	A8
Altersklasse	7	Einteilung Alter	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Sex	8	Geschlecht	Nominal	Eingabe	8	Rechts	F8	F8

Land	9	Land	Nominal	Eingabe	8	Links	A8	A8
Bundesland	10	Bundesland/Karten	Nominal	Eingabe	8	Links	A100	A100
Kino	11	Gehst du gern ins Kino?	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
KinoHFK	12	Wenn ja wie oft gehst du ins Kino?	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
KIHFNEU	13	Kinohäufigkeit neu	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
FernsehHfk	14	Wie oft siehst du Fernsehen	Nominal	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Kinofilme	15	Welche Kinofilme haben dich besonders beeindruckt?	Nominal	Eingabe	50	Links	A1000	A1000
KFILMHF1	16	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
KFILMHF2	17	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
GENREHF1	18	<keine>	Metrisch	Eingabe	2	Rechts	F8	F8
GNREHF2	19	<keine>	Metrisch	Eingabe	2	Rechts	F8	F8
Lieblingsspielfilm	20	<keine>	Nominal	Eingabe	52	Links	A1000	A1000
FilmHfk3	21	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
FilmHfk4	22	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
GENREHF3	23	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
GENREHF4	24	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Filmgefallen	25	Was hat dir an den Filmen gut gefallen?	Nominal	Eingabe	109	Links	A1000	A1000

WERTE1	26	<keine>	Nominal	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
WERTE2	27	<keine>	Nominal	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
RelevanzWertHfk	28	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Bsp.Lieblingssendung	29	Lieblingssendungen	Nominal	Eingabe	55	Links	A1000	A1000
SENDHF1	30	<keine>	Metrisch	Eingabe	21	Rechts	F8	F8
SENDHF2	31	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
SENDGEN1	32	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
SENDGEN2	33	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
WarumFernsehen	34	Warum guckst du gerne Fernsehen?	Nominal	Eingabe	45	Links	A1000	A1000
WERTE3	35	<keine>	Nominal	Eingabe	4	Rechts	F8	F8
WERTE4	36	<keine>	Nominal	Eingabe	5	Rechts	F8	F8
RELEV2	37	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
WunschInhalte	38	Welche Geschichten, Inhalte oder Themen würdest du gern einmal als Film im Fernsehen oder Kino sehen?	Nominal	Eingabe	81	Links	A1000	A1000
INHALT1	39	<keine>	Metrisch	Eingabe	5	Rechts	F8	F8
INHALT2	40	<keine>	Metrisch	Eingabe	5	Rechts	F8	F8

INHALT3	41	<keine>	Metrisch	Eingabe	5	Rechts	F8	F8
WUWERT1	42	<keine>	Nominal	Eingabe	6	Rechts	F8	F8
WUWERT2	43	<keine>	Nominal	Eingabe	4	Rechts	F8	F8
WUREL3	44	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
Internetnutzung	45	Nutzt du das Internet?	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
WEBHF	46	Wenn ja, wie oft nutzt du das Internet?	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
GSAfmKsk	47	wo bist du aufmerksam geworden?	Nominal	Eingabe	30	Links	A1000	A1000
SenderafmkskHfK	48	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
AfmkskZF	49	<keine>	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F8	F8
FILTER_\$	50	sex = 2 (FILTER)	Metrisch	Eingabe	8	Rechts	F1	F1

Variablen in der Arbeitsdatei

#### Variablenwerte

Wert		Label
Schule	1	Grundschule
	2	Gymnasium
	3	Hauptschule/Realschule
	4	Sonstiges
Altersklasse	1	8 bis 9
	2	10-11
	3	12-13
Sex	1	weiblich
	2	männlich
Kino	1	ja
	2	nein
KinoHFK	1	nicht so oft



	2	einmal im Monat
	3	öfters
	4	ich war noch nie im Kino
KIHFNEU	1	öfters
	2	einmal im Monat
	3	nicht so oft
	4	ich war noch nie im Kino
FernsehHfk	1	jeden Tag
	2	nicht so oft
KFILMHF1	1	Rote Zora
	2	Lippels Traum
	3	Harry Potter
	4	Die Schlümpfe
	5	Alvin und die Chipmunks
	6	Hannah Montana- Der Film
	7	Der gestiefelte Kater
	8	Tim und Struppi
	9	Anne liebt Phillip
	10	Das Dschungelbuch
	11	Wo die wilden Kerle wohnen
	12	Justin Bieber- Never say Never
	13	Breaking Dawn
	14	Die drei ???
	15	The Help
	16	Zwei an einem Tag
	17	Wicki (1 und 2) auf großer Fahrt
	18	Die Vorstadtkrokodile
	19	Teufelskicker
	20	Kokowäh
	21	Die wilden Hühner
	22	Rock it
	23	Tintenherz
	24	Sherlock Holmes
	25	Avatar
	26	Star Wars
	27	Gnomeo und Julia
	28	Gregs Tagebuch
	29	Cars 2
	30	Hanni und Nanni
	31	Der seltsame Fall des Benjamin Button

32	Hexe Lilli
33	Rapunzel (Anime)
34	Alice im Wunderland
35	Ice Age
36	Die Dinosaurier sind los
37	Ich, einfach unverbesserlich
38	Charlie und die Schokoladenfabrik
39	Findet Nemo
40	Kletter Ida
41	Plötzlich Prinzessin 2
42	Shrek 2
43	Oceans Eleven/ Twelve
44	7 Zwerge
45	Asterix
46	Die unglaublichen
47	Das fliegende Klassenzimmer
48	Zwei Brüder
49	Garfield
50	Emil und die Detektive
51	Die wilden Kerle
52	Bibi Blocksberg
53	Das Sams
54	Drei Haselnüsse für Aschenbrödel
55	Die fabelhafte Welt der Amelie
56	Herr der Ringe
57	Das 5. Element
58	Das Wunderkind Tate
59	Men in Black
60	Titanic
61	Jurassic Park
62	Blues Brother
63	Robin Hood
64	Bärenbrüder
65	Fluch der Karibik
66	"Hop"
67	Die Kinder des Monsieur Mathieu
68	Lara Croft: Tomb Raider
69	Girls Club- Vorsicht bissig
70	Das Wunder von Bern
71	Erin Brokovich

72	Der Pferdeflüsterer	
73	Das letzte Einhorn	
74	Pünktchen und Anton	
75	Stuart Little	
76	Mäusejagd	
77	Werner	
78	Mr. Bean	
79	Hercules	
80	Pokémon	
81	Dr Dolittle	
82	Space Cowboys	
83	American Pie	
84	Erkan und Stefan	
85	Der kleine Vampir	
86	Der Sturm	
87	Harte Jungs	
88	Sophies Welt	
89	Versprochen ist versprochen	
90	Big Daddy	
91	Fantasia 2000	
92	Tarzan	
93	Free Willy	
94	Mein großer Freund Joe	
95	Roadtrip	
96	Notting Hill	
97	Pretty Woman	
98	Dirty Dancing	
99	König der Löwen	
100	Das Doppelte Lottchen	
101	The Grinch	
102	Toystory	
103	Das feuerzeug (Defa)	
104	Mäusejagd	
105	The Kid	
106	ich, beide und sie	
107		101 Dalmatiner
108	crazy	
109	Ein Schweinchen namens Babe	
110	Amy und die Wildgänse	
111	jenseits der Stille	

114	Mulan
115	Hercules
116	Antz
117	Die Legende von Pinocchio
118	Arielle
119	Der Prinz von Ägypten
120	Jumanji
121	Pocahontas
122	Flubber
123	Die Kinder aus Bullerbü
124	Pippi Langstrumpf
125	Spiceworld
126	Heimliche Freunde
127	Trueman Show
128	Forrest Gump
129	Lola rennt
130	Akte X
131	Armageddon
132	Das Geisterhaus
133	Dunston allein im Hotel
134	Independence Day
135	Das Geheimnis der roten Fässer
138	Michel
139	Flussfahrt mit dem Huhn
140	Karakum
141	Batman
142	Kevin allein zu Haus/New York
143	Hook
144	Die Schöne und das Biest
145	My Girl
146	Aschenputtel, Cinderella (Trick)
147	in einem fernen Land
148	Sister Act
149	Otto, der Liebesfilm
150	Herzlich Willkommen oder unbefugten verboten
151	Steinzeit Junior
152	Der kleene Punker
153	E.T.
154	Bingo

KFILMHF2

155	Rain man
156	Ein Hund namens Beethoven
157	Feivel der Mauswanderer
158	Stella und der Stern des Orients
159	Cosmo und Wanda
160	Das Geheimnis der Drachenperle
161	Die Geheimnisse der Spiderwicks
162	Barbie Filme
163	Der goldene Kompass
164	Tintenherz
165	Kindsköpfe
166	James Bond
167	Ein Zwilling kommt selten allein
168	Vater hoch 4
169	Schneeweiß und Rosenrot
170	Madagaskar
171	Mathilda
172	Die Reise zum Mittelpunkt der Erde
173	Die unendliche Geschichte
174	Sissi
175	Ronja Räubertochter
176	Mary Poppins
177	Der Schuh des Manitou
178	Anastasia
179	Rennschwein Rudi Rüssel
180	Liebling ich habe die Kinder geschrumpft
1	Rote Zora
2	Lippels Traum
3	Harry Potter
4	Die Schlümpfe
5	Alvin und die Chipmunks
6	Hannah Montana- Der Film
7	Der gestiefelte Kater
8	Tim und Struppi
9	Anne liebt Phillip
10	Das Dschungelbuch
11	Wo die wilden Kerle wohnen
12	Justin Bieber- Never say Never
13	Breaking Dawn
14	Die drei ???

15	The Help
16	Zwei an einem Tag
17	Wicki (1 und 2) auf großer Fahrt
18	Die Vorstadtkrokodile
19	Teufelskicker
20	Kokowäh
21	Die wilden Hühner
22	Rock it
23	Tintenherz
24	Sherlock Holmes
25	Avatar
26	Star Wars
27	Gnomeo und Julia
28	Gregs Tagebuch
29	Cars 2
30	Hanni und Nanni
31	Der seltsame Fall des Benjamin Button
32	Hexe Lilli
33	Rapunzel (Anime)
34	Alice im Wunderland
35	Ice Age
36	Die Dinosaurier sind los
37	Ich, einfach unverbesserlich
38	Charlie und die Schokoladenfabrik
39	Findet Nemo
40	Kletter Ida
41	Plötzlich Prinzessin 2
42	Shrek 2
43	Oceans eleven/ twelve
44	7 Zwerge
45	Asterix
46	Die unglaublichen
47	Das fliegende Klassenzimmer
48	Zwei Brüder
49	Garfield
50	Emil und die Detektive
51	Die wilden Kerle
52	Bibi Blocksberg
53	Das Sams
54	Drei Haselnüsse für Aschenbrödel

55	Die fabelhafte Welt der Amelie
56	Herr der Ringe
57	Das 5. Element
58	Das Wunderkind Tate
59	Men in Black
60	Titanic
61	Jurassic Park
62	Blues Brother
63	Robin Hood
64	Bärenbrüder
65	Fluch der Karibik
66	"Hop"
67	Die Kinder des Monsieur Mathieu
68	Lara Croft: Tomb Raider
69	Girls Club- Vorsicht bissig
70	Das Wunder von Bern
71	Erin Brokovich
72	Der Pferdeflüsterer
73	Das letzte Einhorn
74	Pünktchen und Anton
75	Stuart Little
76	Mäusejagd
77	Werner
78	Mr. Bean
79	Hercules
80	Pokémon
81	Dr Dolittle
82	Space Cowboys
83	American Pie
84	Erkan und Stefan
85	Der kleine Vampir
86	Der Sturm
87	Harte Jungs
88	Sophies Welt
89	Versprochen ist versprochen
90	Big Daddy
91	Fantasia 2000
92	Tarzan
93	Free Willy
94	Mein großer Freund Joe

95	Roadtrip
96	Notting Hill
97	Pretty Woman
98	Dirty Dancing
99	König der Löwen
100	Das Doppelte Lottchen
101	The Grinch
102	Toystory
103	Das Feuerzeug (Defa)
104	Mäusejagd
105	The Kid
106	ich, beide und sie
107	101 Dalmatiner
108	crazy
109	Ein Schweinchen namens Babe
110	Amy und die Wildgänse
111	jenseits der Stille
114	Mulan
115	Hercules
116	Antz
117	Die Legende von Pinocchio
118	Arielle
119	Der Prinz von Ägypten
120	Jumanji
121	Pocahontas
122	Flubber
123	Die Kinder aus Bullerbü
124	Pippi Langstrumpf
125	Spiceworld
126	Heimliche Freunde
127	Trueman Show
128	Forrest Gump
129	Lola rennt
130	Akte X
131	Armageddon
132	Das Geiserhaus
133	Dunston allein im Hotel
134	Independence Day
135	Das Geheimnis der roten Fässer
138	Michel



139	Flussfahrt mit dem Huhn
140	Karakum
141	Batman
142	Kevin allein zu Haus/New York
143	Hook
144	Die Schöne und das Biest
145	My Girl
146	Aschenputtel, Cinderella (Trick)
147	in einem fernen Land
148	Sister Act
149	Otto, der Liebesfilm
150	Herzlich Willkommen oder unbefugten verboten
151	Steinzeit Junior
152	Der kleine Punker
153	E.T.
154	Bingo
155	Rain man
156	Ein Hund namens Beethoven
157	Feivel der Mauswanderer
158	Stella und der Stern des Orients
159	Cosmo und Wanda
160	Das Geheimnis der Drachenperle
161	Die Geheimnisse der Spiderwicks
162	Barbie Filme
163	Der goldene Kompass
164	Tintenherz
165	Kindsköpfe
166	James Bond
167	Ein Zwilling kommt selten allein
168	Vater hoch 4
169	Schneeweißchen und Rosenrot
170	Madagascar
171	Mathilda
172	Die Reise zum Mittelpunkt der Erde
173	Die unendliche Geschichte
174	Sissi
175	Ronja Räubertochter
176	Mary Poppins
177	Der Schuh des Manitou

	178	Anastasia
	179	Rennschwein Rudi Rüssel
	180	Liebling ich habe die Kinder geschrumpft
GENREHF1	1	Realfim
	2	Animationsfilm
GNREHF2	1	Realfim
	2	Animationsfilm
FilmHfk3	1	Rote Zora
	2	Lippels Traum
	3	Harry Potter
	4	Die Schlümpfe
	5	Alvin und die Chipmunks
	6	Hannah Montana- Der Film
	7	Der gestiefelte Kater
	8	Tim und Struppi
	9	Anne liebt Phillip
	10	Das Dschungelbuch
	11	Wo die wilden Kerle wohnen
	12	Justin Bieber- Never say Never
	13	Breaking Dawn
	14	Die drei ???
	15	The Help
	16	Zwei an einem Tag
	17	Wicki (1 und 2) auf großer Fahrt
	18	Die Vorstadtkrokodile
	19	Teufelskicker
	20	Kokowääh
	21	Die wilden Hühner
	22	Rock it
	23	Tintenherz
	24	Sherlock Holmes
	25	Avatar
	26	Star Wars
	27	Gnomeo und Julia
	28	Gregs Tagebuch
	29	Cars 2
	30	Hanni und Nanni
	31	Der seltsame Fall des Benjamin Button
	32	Hexe Lilli
	33	Rapunzel (Anime)

34	Alice im Wunderland
35	Ice Age
36	Die Dinosaurier sind los
37	Ich, einfach unverbesserlich
38	Charlie und die Schokoladenfabrik
39	Findet Nemo
40	Kletter Ida
41	Plötzlich Prinzessin 2
42	Shrek 2
43	Oceans Eleven/ Twelve
44	7 Zwerge
45	Asterix
46	Die unglaublichen
47	Das fliegende Klassenzimmer
48	Zwei Brüder
49	Garfield
50	Emil und die Detektive
51	Die wilden Kerle
52	Bibi Blocksberg
53	Das Sams
54	Drei Haselnüsse für Aschenbrödel
55	Die fabelhafte Welt der Amelie
56	Herr der Ringe
57	Das 5. Element
58	Das Wunderkind Tate
59	Men in Black
60	Titanic
61	Jurassic Park
62	Blues Brother
63	Robin Hood
64	Bärenbrüder
65	Fluch der Karibik
66	"Hop"
67	Die Kinder des Monsieur Mathieu
68	Lara Croft: Tomb Raider
69	Girls Club- Vorsicht bissig
70	Das Wunder von Bern
71	Erin Brokovich
72	Der Pferdeflüsterer
73	Das letzte Einhorn

74	Pünktchen und Anton
75	Stuart Little
76	Mäusejagd
77	Werner
78	Mr. Bean
79	Hercules
80	Pokémon
81	Dr Dolittle
82	Space Cowboys
83	American Pie
84	Erkan und Stefan
85	Der kleine Vampir
86	Der Sturm
87	Harte Jungs
88	Sophies Welt
89	Versprochen ist versprochen
90	Big Daddy
91	Fantasia 2000
92	Tarzan
93	Free Willy
94	Mein großer Freund Joe
95	Roadtrip
96	Notting Hill
97	Pretty Woman
98	Dirty Dancing
99	König der Löwen
100	Das Doppelte Lottchen
101	The Grinch
102	Toystory
103	Das Feuerzeug (Defa)
104	Mäusejagd
105	The Kid
106	ich, beide und sie
107	101 Dalmatiner
108	crazy
109	Ein Schweinchen namens Babe
110	Amy und die Wildgänse
111	jenseits der Stille
114	Mulan
115	Hercules

116	Antz
117	Die Legende von Pinocchio
118	Arielle
119	Der Prinz von Ägypten
120	Jumanji
121	Pocahontas
122	Flubber
123	Die Kinder aus Bullerbü
124	Pippi Langstrumpf
125	Spiceworld
126	Heimliche Freunde
127	Trueman Show
128	Forrest Gump
129	Lola rennt
130	Akte X
131	Armageddon
132	Das Geisterhaus
133	Dunston allein im Hotel
134	Independence Day
135	Das Geheimnis der roten Fässer
138	Michel
139	Flussfahrt mit dem Huhn
140	Karakum
141	Batman
142	Kevin allein zu Haus/New York
143	Hook
144	Die Schöne und das Biest
145	My Girl
146	Aschenputtel, Cinderella (Trick)
147	in einem fernen Land
148	Sister Act
149	Otto, der Liebesfilm
150	Herzlich Willkommen oder unbefugten verboten
151	Steinzeit Junior
152	Der kleene Punker
153	E.T.
154	Bingo
155	Rain man
156	Ein Hund namens Beethoven

157	Feivel der Mauswanderer
158	Stella und der Stern des Orients
159	Cosmo und Wanda
160	Das Geheimnis der Drachenperle
161	Die Geheimnisse der Spiderwicks
162	Barbie Filme
163	Der goldene Kompass
164	Tintenherz
165	Kindsköpfe
166	James Bond
167	Ein Zwilling kommt selten allein
168	Vater hoch 4
169	Schneeweißchen und Rosenrot
170	Madagascar
171	Mathilda
172	Die Reise zum Mittelpunkt der Erde
173	Die unendliche Geschichte
174	Sissi
175	Ronja Räubertochter
176	Mary Poppins
177	Der Schuh des Manitou
178	Anastasia
179	Rennschwein Rudi Rüssel
180	Liebling ich habe die Kinder geschrumpft
181	Der kleine Muck
182	Roger Rabbit
183	Hurra die Schule brennt
184	Moritz in der Litwasäule
185	Der Club der toten Dichter
1	Rote Zora
2	Lippels Traum
3	Harry Potter
4	Die Schlümpfe
5	Alvin und die Chipmunks
6	Hannah Montana- Der Film
7	Der gestiefelte Kater
8	Tim und Struppi
9	Anne liebt Phillip
10	Das Dschungelbuch
11	Wo die wilden Kerle wohnen

12	Justin Bieber- Never say Never
13	Breaking Dawn
14	Die drei ???
15	The Help
16	Zwei an einem Tag
17	Wicki (1 und 2) auf großer Fahrt
18	Die Vorstadtkrokodile
19	Teufelskicker
20	Kokowääh
21	Die wilden Hühner
22	Rock it
23	Tintenherz
24	Sherlock Holmes
25	Avatar
26	Star Wars
27	Gnomeo und Julia
28	Gregs Tagebuch
29	Cars 2
30	Hanni und Nanni
31	Der seltsame Fall des Benjamin Button
32	Hexe Lilli
33	Rapunzel (Anime)
34	Alice im Wunderland
35	Ice Age
36	Die Dinosaurier sind los
37	Ich, einfach unverbesserlich
38	Charlie und die Schokoladenfabrik
39	Findet Nemo
40	Kletter Ida
41	Plötzlich Prinzessin 2
42	Shrek 2
43	Oceans Eleven/ Twelve
44	7 Zwerge
45	Asterix
46	Die unglaublichen
47	Das fliegende Klassenzimmer
48	Zwei Brüder
49	Garfield
50	Emil und die Detektive
51	Die wilden Kerle

52	Bibi Blocksberg
53	Das Sams
54	Drei Haselnüsse für Aschenbrödel
55	Die fabelhafte Welt der Amelie
56	Herr der Ringe
57	Das 5. Element
58	Das Wunderkind Tate
59	Men in Black
60	Titanic
61	Jurassic Park
62	Blues Brother
63	Robin Hood
64	Bärenbrüder
65	Fluch der Karibik
66	"Hop"
67	Die Kinder des Monsieur Mathieu
68	Lara Croft:Tomb Raider
69	Girls Club- Vorsicht bissig
70	Das Wunder von Bern
71	Erin Brokovich
72	Der Pferdeflüsterer
73	Das letzte Einhorn
74	Pünktchen und Anton
75	Stuart Little
76	Mäusejagd
77	Werner
78	Mr. Bean
79	Hercules
80	Pokemon
81	Dr Dolittle
82	Space Cowboys
83	American Pie
84	Erkan und Stefan
85	Der kleine Vampir
86	Der Sturm
87	Harte Jungs
88	Sophies Welt
89	Versprochen ist versprochen
90	Big Daddy
91	Fantasia 2000



92	Tarzan
93	Free Willy
94	Mein großer Freund Joe
95	Roadtrip
96	Notting Hill
97	Pretty Woman
98	Dirty Dancing
99	König der Löwen
100	Das Doppelte Lottchen
101	The Grinch
102	Toystory
103	Das feuerzeug (Defa)
104	Mäusejagd
105	The Kid
106	ich, beide und sie
107	101 Dalmatiner
108	crazy
109	Ein Schweinchen namens Babe
110	Amy und die Wildgänse
111	jenseits der Stille
114	Mulan
115	Hercules
116	Antz
117	Die Legende von Pinocchio
118	Arielle
119	Der Prinz von Ägypten
120	Jumanji
121	Pocahontas
122	Flubber
123	Die Kinder aus Bullerbü
124	Pippi Langstrumpf
125	Spiceworld
126	Heimliche Freunde
127	Trueman Show
128	Forrest Gump
129	Lola rennt
130	Akte X
131	Armageddon
132	Das Geiserhaus
133	Dunston allein im Hotel

134	Independence Day
135	Das Geheimnis der roten Fässer
138	Michel
139	Flussfahrt mit dem huhn
140	Karakum
141	Batman
142	Kevin allein zu Haus/New York
143	Hook
144	Die Schöne und das Biest
145	My Girl
146	Aschenputtel, Cinderella (Trick)
147	in einem fernen Land
148	Sister Act
149	Otto, der Liebesfilm
150	Herzlich Willkommen oder unbefugten verboten
151	Steinzeit Junior
152	Der kleene Punker
153	E.T.
154	Bingo
155	Rain man
156	Ein Hund namend Beethoven
157	Feivel der Mauswanderer
158	Stella und der Stern des Orients
159	Cosmo und Wanda
160	Das geheimnis der Drachenperle
161	Die Geheimnisse der Spiderwicks
162	Barbie Filme
163	Der goldene Kompass
164	Tintenherz
165	Kindsköpfe
166	James Bond
167	Ein zwilling kommt selten allein
168	Vater hoch 4
169	Schneeweißchen und Rosenrot
170	Madagascar
171	Mathilda
172	Die Reise zum Mittelpunkt der Erde
173	Die unendliche Geschichte
174	Sissi

	175	Ronja Räubertochter
	176	Mary Poppins
	177	Der Schuh des Manitou
	178	Anastasia
	179	Rennschwein Rudi Rüssel
	180	Liebling ich habe die Kinder geschrumpft
GENREHF3	1	Realfim
	2	Animationsfilm
GENREHF4	1	Realfim
	2	Animationsfilm
WERTE1	1	Werte des sozialen Miteinanders
	2	Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens
	3	Hedonistische Werte
	4	Selbsterfahrungswerte
	5	Hegemoniewerte
	6	abstrakte fundamentale Werte
WERTE2	1	Werte des sozialen Miteinanders
	2	Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens
	3	Hedonistische Werte
	4	Selbsterfahrungswerte
	5	Hegemoniewerte
	6	abstrakte fundamentale Werte
RelevanzWerteHfk	1	Persönlicher Wert
	2	Gesellschaftlicher Wert
SENDHF1	1	Pfefferkörner
	2	Allein gegen die Zeit
	3	Das Haus Anubis
	4	Meine Schwester Charly
	5	Little Amadeus
	6	Shake it up
	7	Wenn Elfen helfen
	8	Die Simpsons
	9	Zack und Cody
	10	Schloss Einstein
	11	GzSz /Marienhof/unter uns/Lindenstraße
	12	Emmas Chatroom
	13	Kim Possible
	14	Hz0
	15	Die Zauberer vom Waverly Place
	16	fabrixx

17	Simsalabim Sabrina
18	Mister Bean
19	Löwenzahn
20	Spongebob
21	Eine himmlische Familie
22	Tom und Jerry
23	Sabine
24	Full House
25	Zoé
26	Die Sendung mirt der Maus
27	Ocean Girl
28	Shirley Holmes
29	Gesucht, entdeckt, gefunden
30	Pokemon/Dragonball/Sailormoon
31	Aladdin
32	Nesthocker
33	Prinz von Bel Air
34	Raumschiff Enterprise
35	Kinder vom Alstertal/Süderhof
36	Star Trek
37	Goofy und Max
38	Großstadtrevier
39	TKKG
40	Der kleine Vampir
41	Achtung streng geheim
42	Alle unter einem Dach
43	die Dinos
44	unsere kleine Farm
45	Akte X
46	unser Lehrer Doktor Specht
47	Beverly Hills 90210
48	Disnec Club
49	Bill Cosby /eine schrecklich nette Familie/ Wer ist hier der
50	Der Bergdokto/ Forsthaus Falkenau
51	Augsburger Puppenkiste
52	Sesamstraße
53	Knight Rider/ A Team
54	Nachbarn- ungelöste Geheimnisse
55	He Man

SENDHF2

56	Big Time Rush
57	Best friends
58	Da kommt Kalle
59	Prinz Eisenherz
60	Käptän Blaubär
61	Spongebob
62	Eva und Adam
63	Disneys große Pause
64	Komissar Rex
65	Pumuckl
1	Pfefferkörner
2	Allein gegen die Zeit
3	Das Haus Anubis
4	Meine Schwester Charly
5	Little Amadeus
6	Shake it up
7	Wenn Elfen helfen
8	Die Simpsons
9	Zack und Cody
10	Schloss Einstein
11	GZSZ /Marienhof/unter uns/Lindenstraße
12	Emmas Chatroom
13	Kim Possible
14	Hz0
15	Die Zauberer vom Waverly Place
16	Fabrixx
17	Simsalabim Sabrina
18	Mister Bean
19	Löwenzahn
20	Spongebob
21	Eine himmlische Familie
22	Tom und Jerry
23	Sabine
24	Full House
25	Zoé
26	Die Sendung mit der Maus
27	Ocean Girl
28	Shirley Holmes
29	Gesucht, entdeckt, gefunden
30	Pokemon/Dragonball/Sailormoon

	31	Aladdin
	32	Nesthocker
	33	Prinz von Bel Air
	34	Raumschiff Enterprise
	35	Kinder vom Alstertal/Süderhof
	36	Star Trek
	37	Goofy und Max
	38	Großstadtrevier
	39	TKKG
	40	Der kleine Vampir
	41	Achtung streng geheim
	42	Alle unter einem Dach
	43	die Dinos
	44	unsere kleine Farm
	45	Akte X
	46	unser Lehrer Doktor Specht
	47	Beverly Hills 90210
	48	Disney Club
	49	Bill Cosby /eine schrecklich nette Familie/ Wer ist hier der
	50	Der Bergdoktor / Forsthaus Falkenau
	51	Augsburger Puppenkiste
	52	Sesamstraße
	53	Knight Rider/ A Team
	54	Nachbarn- ungelöste Geheimnisse
	55	He Man
	56	Big Time Rush
	57	Best friends
	58	Da kommt Kalle
	59	Prinz Eisenherz
	60	Käpt'n Blaubär
	61	Spongebob
	62	Eva und Adam
	63	Disneys große Pause
	64	Komissar Rex
	65	Pumuckel
SENDGEN1	1	Realserie
	2	Animationsserie
SENDGEN2	1	Realserie
	2	Animationsserie

WERTE3	1	Werte des sozialen Miteinanders
	2	Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens
	3	Hedonistische Werte
	4	Selbsterfahrungswerte
	5	Hegemoniewerte
	6	abstrakte fundamentale Werte
WERTE4	1	Werte des sozialen Miteinanders
	2	Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens
	3	Hedonistische Werte
	4	Selbsterfahrungswerte
	5	Hegemoniewerte
	6	abstrakte fundamentale Werte
RELEV2	1	Persönlicher Wert
	2	Gesellschaftlicher Wert
INHALT1	1	Filme mit Tieren
	2	Idole (Musik, Schauspiel, Sport)
	3	Literaturverfilmungen
	4	Wissenssendungen zu bestimmten Themen (Geschichte)
	5	Familiengeschichten
	6	Liebesgeschichten
	7	Zukunftsperspektiven
	8	Fantasygeschichten/Zauberfilme
	9	Detektivgeschichten
	10	Gruselgeschichten
	11	Alltagsgeschichten (z.B. Arbeitsleben)
	12	Lebensgeschichten (Biographien)
	14	Ungerechtigkeiten z.B. in der Schule
	15	Märchenfilme
	16	Abenteuerfilme
	17	Science Fiction (Außerirdische, Ufos etc.)
	18	Filme mit behinderten Kindern
	19	Kinderarmut
	20	Freunde/Zusammenhalt
	21	Animationsfilme
	22	Krimi
	23	Katastrophenfilme
	24	Computerspiel verfilmen
	25	Actionfilme

INHALT2

26	Technisch hochwertige Verfilmungen (3/4D)
27	Naturfilme
28	Musikfilme
29	Komödien
30	Kriegsfilme
1	Filme mit Tieren
2	Idole (Musik, Schauspiel, Sport
3	Literaturverfilmungen
4	Wissenssendungen zu bestimmten Themen (Geschichte)
5	Familiengeschichten
6	Liebesgeschichten
7	Zukunftsperspektiven
8	Fantasygeschichten/Zauberfilme
9	Detektivgeschichten
10	Gruselgeschichten
11	Alltagsgeschichten (z.B. Arbeitsleben)
12	Lebensgeschichten (Biographien)
14	Ungerechtigkeiten z.B. in der Schule
15	Märchenfilme
16	Abenteuerfilme
17	Science Fiction (Außerirdische, Ufos etc.)
18	Filme mit behinderten Kindern
19	Kinderarmut
20	Freunde/Zusammenhalt
21	Animationsfilme
22	Krimi
23	Katastrophenfilme
24	Computerspiel verfilmen
25	Actionfilme
26	Technisch hochwertige Verfilmungen (3/4D)
27	Naturfilme
28	Musikfilme
29	Komödien
30	Kriegsfilme
1	Filme mit Tieren
2	Idole (Musik, Schauspiel, Sport
3	Literaturverfilmungen

INHALT3



	4	Wissenssendungen zu bestimmten Themen (Geschichte)
	5	Familiengeschichten
	6	Liebesgeschichten
	7	Zukunftsperspektiven
	8	Fantasygeschichten/Zauberfilme
	9	Detektivgeschichten
	10	Gruselgeschichten
	11	Alltagsgeschichten (z.B. Arbeitsleben)
	12	Lebensgeschichten (Biographien)
	14	Ungerechtigkeiten z.B. in der Schule
	15	Märchenfilme
	16	Abenteuerfilme
	17	Science Fiction (Außerirdische, Ufos etc.)
	18	Filme mit behinderten Kindern
	19	Kinderarmut
	20	Freunde/Zusammenhalt
	21	Animationsfilme
	22	Krimi
	23	Katastrophenfilme
	24	Computerspiel verfilmen
	25	Actionfilme
	26	Technisch hochwertige Verfilmungen (3/4D)
	27	Naturfilme
	28	Musikfilme
	29	Komödien
	30	Kriegsfilme
WUWERT1	1	Werte des sozialen Miteinanders
	2	Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens
	3	Hedonistische Werte
	4	Selbsterfahrungswerte
	5	Hegemoniewerte
WUWERT2	6	abstrakte fundamentale Werte
	1	Werte des sozialen Miteinanders
	2	Werte zur Stabilisierung des Gemeinwesens
	3	Hedonistische Werte
	4	Selbsterfahrungswerte
	5	Hegemoniewerte
	6	abstrakte fundamentale Werte

WUREL3	1	Persönlicher Wert
	2	Gesellschaftlicher Wert
Internetnutzung	1	ja
	2	nein
WEBHF	1	täglich
	2	2-3x pro Woche
	3	seltener
	4	noch nie genutzt
SenderafmkskHfK	1	Ki.Ka
	2	MDR
	3	ARD
	4	ZDF
	5	NDR
	6	RTL
	7	Super RTL
	8	Zeitung
	9	Radio
	10	Internet
	11	Kino
	12	Eltern/ Familie
	13	Freunde
	14	Lehrer/ Schule
AfmkskZF	1	öffentliche Rechtliche Sender
	2	Private Sender
	3	Zeitung
	4	Radio
	5	Internet
	6	Kino
	7	Familie/Freunde/Schule
FILTER_\$	0	Nicht ausgewählt
	1	Ausgewählt

Junge Film- und Fernseh-Fans für  
die Kinder-Jury gesucht!

Deutsches Kinder-Medien-Festival  
**GOLDENER SPATZ: Kino-TV-Online**  
26. Mai - 1. Juni 2013 in Gera & Erfurt



Goldener  
**SPATZ**

## Was ist der GOLDENE SPATZ?

Jedes Jahr findet das große Festival für Filme, Fernsehprogramme und Onlineangebote für Kinder statt: der **GOLDENE SPATZ**. Präsentiert werden deutschsprachige Kino- und Fernsehfilme, Trickfilme, Dokumentarfilme, Kurzfilme, Serien und Reihen sowie Informations- und Unterhaltungsprogramme, die in Deutschland, Österreich oder der Schweiz hergestellt wurden. Darüber hinaus werden herausragende Onlineangebote vorgestellt.

Zu den Vorführungen in Gera und Erfurt werden natürlich viele Besucher erwartet, vor allem aber Kinder. Eingeladen werden außerdem diejenigen, die an der Herstellung der Filme mitgearbeitet haben: Regisseure, Autoren, Schauspieler, Moderatoren, Produzenten und andere Beteiligte.

Kein Festival ohne Preise: So ist der **GOLDENE SPATZ** auch der Name des Preises, der für die besten Filme und Fernsehprogramme vergeben wird. Das Besondere ist, dass diese Preise von einer **Kinderjury**, in der Kinder aus ganz **Deutschland**, der **Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens**, dem **Fürstentum Liechtenstein**, **Österreich**, **Südtirol** und der **Schweiz** vertreten sind, vergeben werden. Dabei könnt Ihr mitmachen - wir laden Euch ein, dabei zu sein!

## Gesucht werden Kinder,

- die zwischen 9 und 13 Jahre alt sind,
- die bereit sind, nach Gera zu kommen und eine Woche lang zuerst in Gera und später in Erfurt die unterschiedlichsten Filme und Fernsehsendungen anzuschauen,
- die es sich zutrauen, mit anderen Kindern über die Filme zu reden, sich gemeinsam für die besten Beiträge zu entscheiden und bei der großen Preisverleihung die **GOLDENEN SPATZEN** zu übergeben.

Deutsche Kindermedienstiftung **GOLDENER SPATZ:**





## Was heisst eigentlich Juryarbeit?



Aus allen Bewerbungen werden zwischen 23 und 25 Kinder ausgewählt. Für sie beginnt dann ein Stück harter Arbeit: Sechs Tage lang werden Filme angesehen und beurteilt. Das macht nicht immer nur Spaß. Die Jurymitglieder können sich die Filme schließlich nicht aussuchen, sondern müssen sich das gesamte Wettbewerbsprogramm anschauen.

Juryarbeit ist sehr verantwortungsvoll. Die Jurykinder sind als Kritiker gefragt. Bevor ein Urteil gefällt wird, muss darüber nachgedacht und gesprochen werden. Es kann viele verschiedene Meinungen über die Filme geben, aber am Ende müssen sich die Jurymitglieder einigen können.

## Wie kann ich mitmachen?

Wenn Du Lust und Zeit hast, diese Aufgabe zu übernehmen, kannst Du Dich für die Mitarbeit in der Kinderjury bewerben. Dafür musst Du den Mitmach-Bogen ausfüllen (Filmkritik nicht vergessen!) und bis zum **18. Januar 2013** an den **GOLDENEN SPATZ** schicken. Dabei ist es ganz egal, welche Vorlieben Du hast und was Du am liebsten im Fernsehen oder Kino siehst.

## Wichtiger Hinweis!

Das Festival findet vom 26. Mai - 1. Juni statt! Das heißt, falls Du für die Jury ausgewählt wirst, müssen Deine Eltern für Dich eine 1-wöchige Schulbefreiung beantragen. Hierbei helfen wir gern mit. Wenn Deine Eltern mit der Bewerbung einverstanden sind, müssen sie den Mitmach-Bogen unterschreiben, sonst können wir Dich nicht in die Auswahl aufnehmen! Wir kümmern uns um die Anreise, Unterkunft und Verpflegung für die Jurykinder - Euch kostet das keinen Cent bzw. Rappen!

## Für die Kinder....

....die nicht ausgewählt wurden, haben wir noch eine Überraschung: Unter allen eingesandten Mitmach-Bögen werden Preise verlost.

Wenn Du oder Deine Eltern noch Fragen haben, könnt Ihr an den **GOLDENEN SPATZ** schreiben:

**Deutsche Kindermedienstiftung GOLDENER SPATZ**

- Kinderjury -

PF 1725

07507 Gera

DEUTSCHLAND

e-Mail: [trautmann@goldenerspatz.de](mailto:trautmann@goldenerspatz.de)

**Viel Spass  
beim Ausfüllen!**

Ihr könnt den Mitmach-Bogen auch auf unserer Homepage [www.goldenerspatz.de](http://www.goldenerspatz.de) downloaden. Hier findet Ihr auch weitere Infos zur Kinderjury (z.B. wie es beim letzten Festival war) und zum **GOLDENEN SPATZ**.

Förderer der Kinderjury:

Partner der  
Kinderjury:

**KIKA**  
von ARD und ZDF

**SUPER RTL**

**bpb**  
Bundeszentrale für  
politische Bildung

**DG**  
DEUTSCHSPRACHIGE  
GEMEINSCHAFT  
BELGIENS

AUTONOME  
PROVINZ  
SÜDTIROL  
PROVINCIA  
AUTONOMA  
DI BOLZANO  
ALTO ADIGE  
Deutsche Kultur und Familie

**RESSORT KULTUR  
FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN**

# MITMACH-BOGEN



Goldener  
**SPATZ**

Bitte deutlich ausfüllen!

Dein Vorname: \_\_\_\_\_

Dein Nachname: \_\_\_\_\_

Dein Geburtsdatum: \_\_\_\_\_ Junge  Mädchen

Deine Anschrift:  
Straße: \_\_\_\_\_

PLZ: \_\_\_\_\_ Telefon: \_\_\_\_\_

Ort: \_\_\_\_\_

Bundesland/  
Kanton/Region: \_\_\_\_\_ Land: \_\_\_\_\_

Welche Schulart (z.B. Grundschule) besuchst Du? \_\_\_\_\_

Welche Klasse besuchst Du? \_\_\_\_\_

1. Gehst Du gern ins Kino?  Ja  Nein  Ich war noch nie im Kino

wenn ja, wie oft? \_\_\_\_\_ mal im Monat  einmal im Monat  nicht so oft

2. Welche Kinofilme haben Dich besonders beeindruckt?

\_\_\_\_\_

3. Was hat Dir an den Filmen gut gefallen?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Wie oft siehst Du fern?  jeden Tag  nicht so oft

5. Was guckst Du gern im Fernsehen? Nenne je ein oder zwei Beispiele!

Spielfilme: \_\_\_\_\_

Serien/Reihen: \_\_\_\_\_

Magazine: \_\_\_\_\_

Andere Sendungen: \_\_\_\_\_



**6. Warum guckst Du gern Fernsehen?**

---

---

**7. Welche Geschichten, Inhalte oder Themen würdest Du gern einmal als Film im Fernsehen oder im Kino sehen?**

---

---

**8. Schreib uns eine Filmkritik - Deine Meinung zu einem Film, den Du im Kino oder Fernsehen gesehen hast. Bitte verwende für die Filmkritik ein zusätzliches Blatt.**

**9. Nutzt Du das Internet?**  Ja  Nein  Habe ich noch nie genutzt

**Wenn ja, wie häufig?**  täglich  \_\_\_ x pro Woche  seltener

**Hast Du eine Lieblingspage?**  Ja  Nein

**Wenn ja, welche?** \_\_\_\_\_

**10. Wie bist Du auf den GOLDENEN SPATZ aufmerksam geworden?**  
(Mehrfachnennung möglich)

Fernsehen Sender \_\_\_\_\_ Sendung \_\_\_\_\_

Zeitschrift/Zeitschrift Welche Zeitschrift/Zeitung? \_\_\_\_\_

Internet Welche Web-Page? \_\_\_\_\_

Anders Wie bzw. Wo? \_\_\_\_\_

**11. Wenn Du alles ausgefüllt hast, schicke Deinen Bogen und Deine Filmkritik an:**

**Deutsche Kindermedienstiftung  
GOLDENER SPATZ  
- Kinderjury -  
PF 1725  
07507 Gera  
DEUTSCHLAND**



**Wir sind/ich bin mit der Bewerbung einverstanden**



Notwendige Unterschrift der Eltern oder eines Elternteils

---

---



## Lebenslauf

### Zur Person

Name	Stefanie Seidel
Geburtsdatum	16. 09. 1985
Geburtsort	Jena
Staatsangehörigkeit	deutsch

### Schul- und Berufsbildung

Seit Oktober 2009	Studium Theater- Film- und Medienwissenschaften und Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
09/2005-09/2008	Fachhochschule Merseburg Bachelorstudiengang: Kultur und Medienpädagogik  Bachelor of Arts ( B.A.) der Kultur und Medienpädagogik „Theater von Anfang an- Erfahrungen aus der Theaterpraxis mit Kindern ab 3 Jahren“
09/2004- 07/2005	Fachhochschule Jena Dipilomstudiengang: Soziale Arbeit Fachhochschlureife Fachrichtung Sozialwesen Durchschnittsnote
08/2002- 06/2004	Staatliche Berufsbildende Schule für Gesundheit und Soziale Fachoberschule TypII in Jena
09/1998-06/2002	Integrierte Gesamtschule "Grete Unrein" Jena
09/1995-08/1998	Adolf-Reichwein-Gymnasium Jena
09/1991-08/1995	10.Grundschule Lobeda Jena

### Berufserfahrung

Juli 2012	Mitwirkung und Hauptrolle im Kurzfilm „TORTENDÄMMERUNG“- einer Produktion im Rahmen der TFM- Lehrveranstaltung „Von der Idee bis zur Sendung“
Mai 2012	Vorbereitungen und Betreuer beim deutschen Kinderfilm- und Fernsehfestival GOLDENER SPATZ
Januar 2012	Mitwirkung an der Studie „Die Wirkung von Produktplatzierungen in Filmen auf Kinder“ im Rahmen des Forschungsseminars Werbewirkung auf Kinder von Jörg Matthes am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien
seit September 2010	Leitung von Theatergruppen in Volksschulen in Wien <a href="http://web.me.com/ninapetz/Website/Willkommen.html">http://web.me.com/ninapetz/Website/Willkommen.html</a>

August 2010	Moderation der Abschlusspräsentationen am Bodenseecamp 2010 <a href="http://www.bodenseecamp.info/">http://www.bodenseecamp.info/</a>
Juni 2010	Produktions- und Regieassistenz zum Theater für die Allerkleinsten „Ebbe und Flut“ mit theaterpädagogischer Vor- und Nacharbeit von Cordula Nossek und Gernot Ebenlechner
Januar 2010	Hospitantz für die „Gänsemagd“ an der Wiener Taschenoper
Juli 2009	Regieassistenz zu <b>ZEITLOS SCHÖN</b> , Eine Soap-Opera in 6 Folgen zum Gastspiel auf dem <b>SCHÄXPIR FESTIVAL</b> in LINZ, Assistenz zu „Sandmann träumt“ und „Teddys Reisen“ von Yvonne Zahn im Rahmen Szene Bunte Wähne Festival
Januar 2009	Schauspielworkshops im Rahmen des internationalen Theaterfestivals für die Allerkleinsten vom Salzburger Theater Toihaus
11/2009- 03/2010	Unterricht bei Brigitte Souček (Schauspielerin, Sängerin, Sprecherin, Moderatorin, Sprechtrainerin)
07/2008-10/2009	Schauspielunterricht bei Yvonne Zahn (Regisseurin)
12/2008-07/2009	Theaterworkshops und privates Schauspieltraining bei Corinna Lennes (Schauspielerin, Sprecherin, Regisseurin)
Oktober 2008	Theaterworkshops innerhalb des Festivals in Dresden „Theater von Anfang an“
10/2008-07/2009	Stipendium gefördertes LEONARDO DA VINCI Graduiertenpraktika im <b>Werkstätten- und Kulturhaus</b> Wien Bereich Kinderkultur Konzeptentwicklung und Durchführung theaterpädagogischer Begleitprogramme, Öffentlichkeitsarbeit, Künstlervermittlung Weiterentwicklung und Engagement des Bachelorthemas im Bereich „Theater von Anfang an“

### **Im Rahmen des Studiums Kultur- und Medienpädagogik**

Januar- Juli 2006	Organisation, Öffentlichkeitsarbeit und Rolle bei dem <b>Theaterstück Psyche und Narziss von Arthur Schnitzler</b> im Theater am Campus (TaC), Merseburg
1.- 6 Semester	<b>Mitwirkung an Hörspielproduktionen</b> Vertonung des Gedichts: „Augen in der Großstadt“ von Kurt Tucholsky, Raymond Queneau – „Autobus S.“, Max Slevogts „Ägyptenreise 1914“, „Wolkenreise“ für Kinder im Rahmen eines Projektes „die Reise durch Frau Schmidts Körper“ im Thalia Theater Halle, <b>Tangotanztheaterprojekt</b> im Theater am Campus (TaC) mit kombinierter Balletteinheit, <b>Eigenproduktion</b> „Fuchs“- ein Figurentheater für Kinder ab 3 Jahre mit theaterpädagogischer Vor- und Nacharbeit (Organisation, Konzept, Regie, Spiel)
Praxissemester	3 Monate <b>Rundfunk Berlin Brandenburg (RBB)</b> (Regie, Produktion, Organisation)



1 Monat **Phillipots Manor School**, East Grinstead, Südengland  
(Betreuung, Theaterarbeit mit schwererziehbaren Kindern und Jugendlichen)

2 Monate **TheaterFusion**, Berlin  
(Regieassistent, Stückentwicklung, Requisitenbau)

Bachelorthema „Theater von Anfang an“  
Erfahrungen aus der Theaterpraxis mit Kindern ab 3 Jahren

### **Persönliche Fähigkeiten und Kompetenzen**

Muttersprache Deutsch

Sonstige Sprachen Englisch Prädikat "gut"  
Grundkenntnisse Französisch

### **Soziale Fähigkeiten und Kompetenzen**

Teamgeist, Teamfähigkeit, Anpassungsfähigkeit, Kommunikativ, Offenheit, Auseinandersetzungswille, Durchhaltevermögen, Flexibilität, Engagement, Begeisterungsfähigkeit, Verlässlichkeit, Kreativ, Konflikte analysieren und lösen helfen, Empathie gegenüber Mitmenschen, Interkulturelle Kommunikation

### **Künstlerische/kulturelle Fähigkeiten und Kompetenzen**

12- Jährige Ausbildung in Klassik, E- u. Bassgitarre,  
Grundausbildung Gesang, Künstlerisches Arbeiten in den Bereichen Video / Film, Fotografie, Grafik, Malerei, Plastik, Theater, Musik, Kreatives Schreiben, Medienpädagogik, Medienpsychologie, Pädagogische Vermittlung der Künste und Medien an die Zielgruppen der Kulturarbeit, Kulturelle Bildung mit den Schwerpunkten: Darstellenden Kunst; Massenmedien; Stadt- und Regionalkultur; Kulturvermittlung in Museen und anderen kulturellen Einrichtungen, Kulturpädagogische Projektarbeit

### **Technische Fähigkeiten und Kompetenzen**

IT- Kenntnisse Windows Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Excel und Photoshop, SPSS, Basiskenntnisse in den Schnittprogrammen Avid, Premiere, Pro Tools, Kamera, Typographie/ Layout

## ZUSAMMENFASSUNG

### *Gesellschaft- Macht- Medien*

#### *Kinder dieser Zeit- Zeit für Veränderung? Die Rolle und Wirkung von Kinderfilm und Kinderfernsehen im Prozess des sozialen Wandels*

*Stefanie Seidel, Bachelor of Arts (BA)*

Über die Gesellschaft, die Macht der Medien, Medienaneignungsprozesse, Alltagspraktiken und kulturelle Bedeutungsgenerierung des Kinder-, Film und Fernsehen im Prozess des sozialen Wandels.

Ein Alltag ohne Film und Fernsehen, ist auch im kindlichen Alltag heutzutage nicht mehr wegzudenken. Die heutige Mediennutzung der Heranwachsenden entwickelt sich durch individuelle Bedürfnisse und sich wandelnde Kontexte vom Kind zum Jugendlichen.

Kinder haben große Träume und Sehnsüchte. Eine kindgerechte Dramaturgie, die sich nach intellektuellen Fähigkeiten und psychosozialen Entwicklungen der Kinder orientieren sollte ist von großer Bedeutung. Die Heranwachsenden sollten die Möglichkeit haben sich in Filme einzufühlen und mit den Protagonisten identifizieren zu können. Dadurch ist es notwendig, Kinder nicht als bloße Zielgruppe zu betrachten, sondern ihre Wünsche, Bedürfnisse und Gewohnheiten ernst zu nehmen. Programmverantwortliche tragen somit eine große Verantwortung. Sie sind verantwortlich dafür, Ansprüche in Programme umzusetzen und zu bestimmen was in den entsprechenden Altersklassen gezeigt wird.

Die vorliegende empirische Arbeit orientiert sich an der Zielgruppe der Kinder im Alter zwischen 8 und 13 Jahren. Die entsprechende Altersgruppe fühlt sich für das Kinderprogramm zu alt, ist aber häufig für das Erwachsenen- Programm noch zu jung.

Auch wenn es im deutschsprachigen Raum ein breites Angebot an Kinder-, Film und Fernsehen gibt, stellt sich die Frage, ob das Kinder-, Film und Fernsehen insgesamt für die breit gefächerte Zielgruppe attraktiv genug ist?

Der Bedarf, mehr qualitatives anspruchsvolles Kinder-, Film und Fernsehen zu produzieren und dabei einen bewussten medienpädagogischen Umgang zu vermitteln, ist ein großes Anliegen der vorliegenden empirischen Studie. In einer Zeit, in der Individualisierung und Selbstentfaltungswerte im Vordergrund stehen, wird das Bedürfnis nach Informationen über die Welt, nach medial vermittelten Orientierungshilfen, Möglichkeiten des Vergleichs mit realen Lebenserfahrungen und Gleichaltrigen, immer wichtiger.

Dabei gehört zum Grundkonzept von Sendungen und Filmen die Frage, welche Werte eine Rolle bei der Planung von Kinderprogrammen spielen.

Um sich dem sozialen Phänomen Kinder-, Film und Fernsehen anzunähern, ist das Ziel der empirischen Untersuchung, herauszufinden, wie sich die Bedeutung von Kinderfilm und -fernsehen in den letzten 20 Jahren in der Altersgruppe der 8-13-Jährigen geändert hat.

Den Ausgangspunkt für die empirische Untersuchung stellt das Kinder-Medien-Festival „Goldener Spatz“ und die vorhandenen „Mitmach-Bögen“ der BewerberInnen der Kinderjury im Zeitraum von über 20 Jahren dar.

Zusätzlich werden Daten zum aktuellen Medienverhalten und Fernsehvorlieben der Kinder in Form von halbstrukturierten Interviews erfragt. Durch die angewandten Methoden soll versucht werden, die subjektiven Sichtweisen der Kinder besser zu erfassen. Der Vergleich der Altersgruppen (8-9, 10-11, 12-13) dient dazu, Gemeinsamkeiten und Unterschiede (z.B. „Was finden die Heranwachsenden im Alter zwischen 8 und 13 Jahren cool?“) herauszukristallisieren.

Ebenso soll sich zeigen, welche Werte sich innerhalb des Zeitraums geändert haben oder gleich geblieben sind und was den Heranwachsenden heute im Kinderfilm und -fernsehen wichtig ist.

Diese wissenschaftliche Studie ist nicht nur wegen ihres methodischen Vorgehens zur Erforschung von Umgangs- und Aneignungsweisen mit Kinder-, Film und Fernsehen für Eltern, Pädagogen und Programmverantwortliche wertvoll, sondern auch wegen ihrer Thematik an sich. Besonders in Zeiten des Medienkulturwandels und unter den Bedingungen der Mediatisierung ist die Analyse von Alltagsmedien gesellschaftlich hoch relevant.

## **ABSTRACT**

*Society – Power - Media*

*Today's children - time for change?*

*The role and impact of children's movies and television in the process of social change*

About the society, the power of media, media adoption processes, everyday practices and cultural significance of the children's movie and television in the process of social change.

In this day and age, a life without movies and television, even in a child's life, has become indispensable. Today's media use of adolescents develop through individual needs and changing contexts from child to teenager.

Children have big dreams and aspirations. A child-oriented drama which should be based on intellectual ability and psychosocial development of children is of great importance. The adolescent should be able to empathize with movies and can identify with the protagonists. Thus it is necessary to children not to be regarded as mere audience, but to take their wishes, needs and habits seriously. Programme managers thus contribute a great responsibility. You are responsible for implementing programs in claims and determine what is shown in the appropriate age groups.

the children's program, but it is often for the adult program too young. Even if in the German-speaking world is a wide range of children's, movies and television, the question arises whether the children, film and television as a whole for the broad target group attractive enough?

The need to produce more quality demanding children, film and television, and by suggesting a conscious handling media education is a major concern of the present empirical study. In a time when individualism and self-expression values in the foreground, is the need for information about the world, according to media-transmitted guidance, ways of comparison with real life experiences and their peers, and more important.

Here the basic concept of shows and movies, the question which values play a role in the planning of children's programs.

To address the social phenomenon of children, to approach film and television, is the goal of the empirical study to find out how the meaning of children's film and television in the last 20 years in the age group of 8-13 - year-olds has changed.

The starting point for the empirical study, the Children's Media Festival "Golden Sparrow" and the existing "hands-arms" of the candidates of the Children's Jury for the period of over 20 years, represents addition, data on the current media behavior and TV preferences of the children in the form of semi-structured interviews obtained. By the methods used to attempt to capture the subjective views of children better. The comparison of the age groups (8-9, 10-11, 12-13) serves to similarities and differences (eg, "What the adolescents find aged between 8 and 13 years of cool?") Emerge.

Likewise, should show which values have changed or stayed the same over the period, and what is the adolescent today in children's film and television-important.

This scientific study is not only because of their methodological approach to the study of colloquial and appropriation methods with children, film and television for parents, educators and program managers valuable, but because of its subject matter in itself. Especially in times of media and cultural change in the conditions of increasing media analysis of everyday media is highly relevant to society.