

Zeitschrift:	Schweizer Erziehungs-Rundschau : Organ für das öffentliche und private Bildungswesen der Schweiz = Revue suisse d'éducation : organe de l'enseignement et de l'éducation publics et privés en Suisse
Herausgeber:	Verband Schweizerischer Privatschulen
Band:	40 (1967-1968)
Heft:	8
Artikel:	Fernsehen als pädagogisches Problem
Autor:	Foerster, Oskar
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-851730

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 09.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Fernsehen als pädagogisches Problem

Oskar Foerster

Die rasche Entwicklung und Verbreitung des Fernsehens hat vielfältige Probleme aufgeworfen – technische, kulturelle, soziale, politische, wirtschaftliche und pädagogische Fragen, die der Klärung und geistigen Auseinandersetzung bedürfen. Das gilt insbesondere von der pädagogischen Problematik. Hier begegnen uns zahlreiche Auffassungen, die einander oft widersprechen, extreme Urteile und eine weitverbreitete pädagogische Unsicherheit und Ratlosigkeit gegenüber dem Medium, seinen Einflüssen und dem Verhalten seiner «Konsumenten». Verallgemeinerungen, Vorurteile, Hypothesen, Schlagworte werden verbreitet und kritiklos übernommen. Viele so entstehende Meinungen über die pädagogische Relevanz des Fernsehens sind einseitig oder unrichtig und beruhen auf falschen Schlüssen, weil die grundlegenden Fragestellungen bereits einseitig oder unzureichend sind und nicht die Ganzheit und die Struktur des Phänomens Fernsehen berücksichtigen.

Zu klareren und objektiveren Einsichten und Feststellungen kann man hier nur kommen, wenn man das Fernsehen als *Massenkommunikation* betrachtet und untersucht.

Unter Kommunikation verstehen wir heute die Vermittlung von Aussagen (Informationen, Mitteilungen, Aufforderungen) zum Zweck der gegenseitigen Verständigung von Lebewesen. Kommunikation kann im Gespräch, im Schulunterricht, im Hören eines Vortrages, im Lesen eines Buches stattfinden. Als eine Sonderform der Kommunikation hat sich die Massenkommunikation entwickelt. Sie zeigt folgende Charakteristika (wir folgen hier den Beschreibungskategorien, die Gerhard Maletzke in seiner «Psychologie der Massenkommunikation» verwendet): Die Aussagen werden öffentlich vermittelt, d. h. sie sind nicht an eine bestimmte Person gerichtet («private Kommunikation»). – Die Vermittlung erfolgt durch technische Mittel (Medien: Film, Rundfunk, Fernsehen). – Die Kommunikation verläuft indirekt, d. h. bei räumlicher oder zeitlicher Distanz zwischen den Partnern (im Gegensatz zum persönlichen Gespräch). – Sie ist einseitig, d. h. ohne die Möglichkeit der Rückmel-

dung des Aufnehmenden, wie z. B. im Unterrichtsgespräch. – Die Aussagen werden an ein disperses (auseinandergestreutes) Publikum vermittelt, eine Vielzahl von Einzelnen, zwischen denen im allgemeinen keine Beziehungen bestehen und die in ihrer sozialen Situation, ihren geistigen Fähigkeiten, ihren Verhaltensweisen und Interessen weit voneinander abweichen.

Vier Grundfaktoren sind entscheidend für den Vorgang der Massenkommunikation:

1. Der Kommunikator: die Person, die etwas aussagt. Bei der Massenkommunikation (Film, Rundfunk, Fernsehen) meist ein Team (Autor, Dramaturg, Regisseur, Schauspieler u. a.).

2. Die Aussage: Inhalt, Form, Sinngehalt und Material des Mitgeteilten.

3. Das Medium: das Mittel, dessen sich der Kommunikator zur Verbreitung seiner Aussage bedient: Presse, Rundfunk, Film, Fernsehen, Schallplatte.

4. Der Rezipient (Kommunikant): der Kommunikationspartner, der die durch das Medium vermittelten Aussagen entgegennimmt und entschlüsselt, d. h. Sinngehalt und Bedeutung daraus zu verstehen sucht.

Diese vier Faktoren sind in ein Bezugssystem eingegliedert, in dem sie in ständiger Interdependenz (gegenseitiger Abhängigkeit) funktionieren; jedes Glied wirkt auf die anderen ein und wird zugleich von allen anderen beeinflußt. Die neuere Kommunikationsforschung hat überzeugend nachgewiesen, daß die Vorgänge der Massenkommunikation nicht mit linearen Kausaltheorien zu erfassen sind – in dem Sinn etwa, daß eine Aussage im Rezipienten eine bestimmte, vorauszusehende Wirkung erzeugt. Solche linearen Kausalhypothesen begegnen uns in zahlreichen Veröffentlichungen über Wirkungen des Fernsehens. In ihnen wird z. B. behauptet, daß die Massenkommunikationsmittel die Hauptverantwortung für die Ausrichtung und Normierung von Meinungen, Haltungen und Ideen trügen. Solche verallgemeinernden Urteile beruhen auf einer einseitigen Sicht; sie stützen sich lediglich auf die Untersuchung eines Faktors im Kommunikationsfeld,

ohne auch die anderen in Betracht zu ziehen, in diesem Falle vor allem die Situation der Rezipienten. Entwicklung, Persönlichkeit und Verhalten und Urteil des einzelnen sind ständig durch verschiedenartige Faktoren determiniert (soziale Lage, Bildungsniveau, Gruppenzugehörigkeit, Interessenentwicklung usw.), die in Dependenzen miteinander verbunden sind. Das Fernsehen stellt nur einen Wirkfaktor unter vielen anderen dar, und nur die Gesamtkonstellation aller beteiligten Faktoren entscheidet, wie eine bestimmte Aussage auf den Empfänger wirkt und ihn beeinflußt. Extreme Hypothesen über die Wirkung des Fernsehens (z. B. Förderung kriminellen Verhaltens, Begünstigung von «Fluchttendenzen» gegenüber der Lebensrealität) können durch entsprechende empirische Untersuchungen nicht bewiesen werden; sie finden ihre Korrektur, wenn man die soziale Gesamtsituation des einzelnen, aber auch die Aussagen, die dabei erkennbaren Intentionen des Kommunikators und die verwendete Formensprache untersucht.

Die heute noch verbreitete negative *Kulturkritik*, die in den Massenmedien, insbesondere im Fernsehen, fast ausschließlich Steuerungsinstrumente der Außenlenkung des modernen Menschen sieht und ihnen u. a. die Förderung geistiger Passivität, die Vermittlung falscher Lebens- und Weltauffassungen, die «Versimpelung und Verbiederung der großen Werte durch Massenstreuung» vorwirft, muß deshalb mit großen Vorbehalten aufgenommen werden. Zweifellos stellt das Fernsehen als Mittel der Massenkommunikation der Pädagogik schwerwiegende Fragen. Aber sie können nur beantwortet werden, wenn alle Faktoren seines Bezugssystems untersucht werden.

Es gibt heute kaum noch Zweifel daran, daß das Fernsehen in unserer Gesellschaft Funktionen übernimmt, die auch in die Welt der Erziehung und Bildung hineinwirken. Hier ist nicht allein an das Bildungs-Fernsehen zu denken, das deutliche pädagogische Intentionen des Kommunikators (Fernsehanstalt) erkennen läßt und eine wachsende Rolle in der Erwachsenenbildung (Drittes Programm, Fernseh-Unterricht in Entwicklungsländern) und als neues Mittel der Konkretisierung und Aktualisierung des Unterrichts in der Schule spielen wird. Bildnerische und erzieherische Wirkungen können aber auch von weiten anderen Teilen der Fernsehprogramme ausgehen: den aktuellen Informationen, erbauenden Sendungen wie Fernsehspielen und künstlerischen Darbietungen, Kinder- und Jugendprogrammen. Inwieweit die dabei intendierten Bildungseinflüsse tatsächlich realisiert werden, hängt von allen Gliedern des dabei stattfindenden Kom-

munikationsprozesses ab, z. B. von den pädagogischen Qualitäten und Anschauungen der Produzenten, von Inhalt und Form der Aussage, vom didaktischen Vorgehen bei der Vermittlung durch die Ton-Bild-Sprache des Mediums usw. der fernsehspezifischen Gestaltung, der individuellen Situation und dem Verhalten des Rezipienten.

Wir wollen uns vorzugsweise mit den pädagogischen Fragen, die ihn angehen, befassen, mit jenem «dispersen Publikum» also, das aus vielen anonymen einzelnen besteht, die in der *intimen Sphäre der Familie* fernsehen. Was fangen sie mit dem Medium Fernsehen an? Welche Einflüsse übt es auf die Familie aus, die ja zugleich die natürliche Wachstums- und Erziehungsumwelt der Kinder ist? Welche Einstellungen, Verhaltensweisen, Motivationen zeigen sich bei erwachsenen und jugendlichen Fernsehzuschauern?

Auch zu diesen Fragen gibt es verschiedene, zum Teil einander extrem entgegengesetzte Auffassungen. Das Fernsehen, so meinen manche, wirke den heute vielfach erkennbaren Auflösungerscheinungen in der Familie entgegen; es vereine Eltern und Kinder um einen «neuen» Familienschluß und führe sie, indem es die Geschehnisse der Welt ins Zimmer bringt und die Vielfalt des modernen Lebens widerspiegelt, zu neuen kulturellen Gemeinsamkeiten. Kinder und Jugendliche, die sonst den familialen Bindungen entfliehen und zweifelhafte Freizeitbeschäftigungen (Straße, Kino) suchten, würden durch das Fernsehen wieder in den Familienkreis einbezogen. Fernsehen biete den in der heutigen Arbeitswelt stark beanspruchten Menschen eine willkommene Entspannung in der Freizeit und zugleich einen neuen Zuwachs anschaulich vermittelter Informationen und Bildungsinhalte.

Eine völlig andersartige Auffassung spiegelt sich in den Äußerungen von Fernsehgegnern und kritischen Beobachtern, darunter vieler Pädagogen wider: Das Fernsehen, so kann man hier vernehmen, zerstört die Familie; die Familie verbringt ihre Freizeit nicht mehr mit gemeinsamen Aktivitäten (Unterhaltung, Spiele, Vorlesen, Musizieren), sondern gibt sich dem passiven Konsum pausenlos gesehener Fernsehprogramme hin; die einzelnen Familienmitglieder sind dabei sich selbst und ihrem Erleben überlassen, und der neue «Familienschluß» ist nichts anderes als eine Quelle der Isolation und Vereinsamung. Zudem sind die Programme höchst unbefriedigend und wirken eher «verdummend» («Idiotenlampe») als belehrend. Besonders für die Kinder stellt das Fernsehen eine Summierung von gefährlichen Wirkungen dar. Sie werden entwicklungsrelevanten Freizeitbeschäftigungen (Spielen, Ba-

steln, Lesen) entzogen, lassen infolge wachsender Reizüberflutung in ihren Schulleistungen nach und werden in ihrer körperlichen und geistigen Gesundheit geschädigt.

Solche Urteile und Meinungen, oft mit dem Anspruch auf Gültigkeit und Ausschließlichkeit vorgetragen, bringen uns den tatsächlichen Problemen des Fernsehens als Verhalten vor dem Bildschirm nicht näher; sie gründen sich allzu oft auf übernommene Klischees und falsche Verallgemeinerungen. *Zuschauerforschung und pädagogische Untersuchungen* offenbaren die wahren Sachverhalte.

Das Fernsehen, so zeigen Untersuchungen deutscher und ausländischer Herkunft ziemlich übereinstimmend, vermag das Leben und die Gewohnheiten der Familie stark und vielfältig zu beeinflussen. Es beansprucht stärker als der Rundfunk die volle Aufmerksamkeit der Zuschauer, bietet einen bequemen Zugang zu Angeboten der Unterhaltung und Information, ja, selbst zur Welt der Literatur und der Kunst («Pantoffel-Kino») und führt zu neuen Formen des Freizeitverhaltens.

Hinsichtlich der *Sehhäufigkeit* ist zu unterscheiden zwischen einem Anfangsstadium, in dem das Fernsehen den Reiz einer neuen Unterhaltungsquelle ausübt, und einem Stadium, in dem es mit anderen Freizeitbeschäftigungen koordiniert wird. Im ersten Stadium, das etwa die ersten beiden Fernseh-Jahre umfaßt, wird regelmäßiger, häufiger und auch wahlloser gesehen. Die Fernseher möchten die Möglichkeiten des Mediums, das vielfach als eine Art Heimkino aufgefaßt wird, kennenlernen. Im Durchschnitt sehen 40 Prozent der Fernsehzuschauer 6-7mal wöchentlich, und zwar fast das ganze Abendprogramm, 31 Prozent 4-5mal, 29 Prozent seltener. Im zweiten Stadium sinkt die Häufigkeit zum Teil erheblich ab – jedoch nur bei einer gewissen Teil der Zuschauermilieus. Maßgebend scheint hier der soziale Status und das Bildungsniveau zu sein; ein nicht geringer Teil der Fernseh-familien füllt auch nach Ablauf der ersten Jahre den größten Teil ihrer Freizeit mit dem Fernsehen.

Während ein Teil der Zuschauer aus dem vielfältigen Programmangebot des Fernsehens diejenigen Sendungen auswählt, die seinen besonderen Interessen und Bedürfnissen entsprechen, wird in vielen Fernsehfamilien auf eine solche Selektion verzichtet. Hier entwickelt sich die Gewohnheit eines *Alles- und Dauersehens*, vergleichbar mit dem Verhalten jener Filmbesucher, die nicht eines bestimmten Films wegen ins Kino gehen, sondern nur, um – ohne Rücksicht auf Thema und Stoff – Entspannung und Zerstreuung zu finden. Beim Fernsehkonsum kommen noch andere Motive hinzu: Der Zuschauer

schaltet oft eine ihn nicht interessierende Sendung in der Programmfolge nicht ab, weil er entweder Rücksicht auf andere interessierte Familienglieder nimmt oder weil er auf keinen Fall eine vielleicht doch interessante Aussage versäumen möchte. So läuft häufig das ganze Programm von der Tagesschau bis zum Schluß ab, vielfach eine Folge höchst heterogener Aussagen: Nachrichten, Wetterdienst, aktuelles Dokumentar-feature, Kriminal-Fernsehspiel, Ballett. Hier wird das pädagogische Problem der Kontinuität relevant; die Unsitte, ganze Programmfolgen zu sehen, führt zu einer *Diskontinuität des Erlebens*, in der auch bildungspositive Mitteilungen und Anregungen verdrängt und Antriebe zur Stellungnahme im Gespräch stark reduziert werden. Eindrücke und Erlebnisse aus sehr verschiedenen Themen- und Erlebnisbereichen vermischen sich; ein chaotisches Nebeneinander verschiedenartiger und disparater Nachbilder und Erinnerungsgehalte entsteht, das richtig Aufgefaßtes und Halb- oder Mißverstandenes in sich vereint. Bei dieser Zuschauerhaltung werden viele Chancen sinnvoller Lebens- und Weltorientierung kaum genutzt. Besonders bedenklich wirkt sich dies auf Kinder aus.

Ein solches Fehlverhalten vor dem Bildschirm habitualisiert auch neue *Gesittungsformen* in der Familie. An die Stelle des «Familienkreises» tritt der Familien-Halbkreis, der sich um den Fernsehempfänger bildet. Das Abendessen wird oft während des Fernsehens verzehrt, bestenfalls im Halbdunkel einer Fernsehleuchte. Völlige Verdunkelung wird vielfach geschätzt. Andererseits kann man sich beim Fernsehen ungezwungener benehmen als etwa in Kino und Theater; man nimmt Erfrischungen ein, nimmt Stellung zu auftretenden Bildschirm-Personen oder Details. Kommt unerwarteter Besuch, so wird er – den Gesetzen der Höflichkeit entgegen – oft gezwungen, das Programm mitanzusehen. Manchmal erscheinen auch Gäste, z. B. Nichtfernseher, die zu bestimmten Programmen eingeladen werden, Kinder bringen Schulfreunde mit. Gespräche mit einer echten Auseinandersetzung mit den gesehenen Sendungen finden verhältnismäßig selten statt. Nach Ablauf der Programmfolge geht die Familie zu Bett.

Bei diesem im ganzen rezeptiven Konsumverhalten sind auch viele Einwände des Zuschauers gegenüber dem Programmangebot mit Zurückhaltung aufzunehmen. Die Fernsehanstalten (Kommunikatoren) haben es schwer (etwa gegenüber der kommunikativen Situation Lehrer – Schüler), sich ein umfassendes und zutreffendes Bild von ihrem «dispersem» Publikum zu verschaffen. Sie versuchen,

durch die von ihnen angeregte Zuschauerforschung Kenntnis von der Struktur dieses Publikums zu erhalten und etwas über die Lebensgewohnheiten, Interessehaltungen und Erwartungen der Rezipienten zu erfahren. Im Bestreben, möglichst die *Vielfalt der Zuschauerinteressen* zu berücksichtigen, und im Bewußtsein ihrer Aufgaben in unserer heutigen Gesellschaft und Kulturwelt wählen sie die Gegenstände und Formen ihrer Aussagen. Diese Aussagen begegnen jedoch, je nach Thematik, Anspruchsniveau und Form einem inhomogenen Publikum. Der Allesseher wird daher häufig Sendungen vorfinden, die sein Aufnahme- und Verständnisvermögen überfordern oder seinen Interessenkreis nicht berühren (Themen aus wissenschaftlichen Bereichen, moderne Fernsehspiele oder Theateradaptionen) – umgekehrt beurteilt der anspruchsvolle, an kulturell hochstehenden Darbietungen interessierte Zuschauer reine Unterhaltungssendungen (Quiz, Volkstheater, Schlager) negativ. So entstehen leicht verallgemeinernde Fehlurteile, die der vielschichtigen Funktion des Fernsehens als Mittel der Unterhaltung, Information, Bildung und Erbauung nicht gerecht werden. Die entscheidende Bedeutung der *Selektion* durch den Rezipienten wird hier deutlich; sie beeinflußt nicht allein das Kulturverhalten des Fernsehzuschauers, sondern gibt den Fernsehanstalten auch Kenntnis von der «Nachfrage» auf sein Angebot.

Wesentliche pädagogische Probleme ergeben sich ferner aus der Anteilnahme von *Kindern und Jugendlichen* am Fernsehen.

Das Interesse von Kindern am Fernsehen ist – wie amerikanische, englische, französische und deutsche Untersuchungen zeigen – überall sehr stark. Kinder bringen für Fernsehen mehr Zeit auf als für jede andere Freizeitbeschäftigung. Aus einer Repräsentativbefragung des Instituts für Demoskopie in Allensbach (1961) ging hervor, daß 61 Prozent aller Kinder und Jugendlichen zwischen 2 und 16 Jahren fernsehen, 28 Prozent gehören zum täglichen Zuschauerkreis und 47 Prozent der 6- bis 12jährigen aus Fernsehfamilien sehen auch Abendprogramme. Untersuchungen in Hamburg und Berlin ergaben, daß Volksschüler zwischen 11 und 15 Jahren durchschnittlich 20 Stunden in der Woche vor dem Bildschirm verbringen.

Die Fernsehanstalten haben spezielle *Kinder- und Jugendprogramme* entwickelt; in ihnen wird versucht, Kindern und Jugendlichen eine Entwicklungsgemäße Unterhaltung, Informationen und Anregungen zum Mit- und Nachtun zu bieten. Eine 1962/63 in Berlin durchgeführte Programmanalyse, verbunden mit einer Befragung von Kindern und

Jugendlichen, ergab indessen, daß diese Programme keineswegs den Hauptanteil jugendlichen Fernsehkonsums bilden. Kinder zwischen 8 und 12 Jahren gaben eine Vielzahl von gesehenen Sendungen an, von denen nur 18,2 Prozent auf Kinder- und Jugendprogramme entfielen, dagegen 34,4 Prozent auf das Abendprogramm, 41,6 Prozent auf das Werbefernsehen und 5,8 Prozent auf das Programm des Ost-Fernsehens. Bei den älteren Kindern (12 bis 15 Jahre) ist der Trend zu den Abendsendungen noch deutlicher (48,4 Prozent).

Aus tagebuchähnlichen Aufzeichnungen ergibt sich ferner, daß eine nicht geringe Anzahl von Kindern ebenfalls zum Alles- und Dauersehen neigt; 10- bis 12jährige Kinder sehen an manchen Tagen bereits die Unterhaltungsprogramme des Werbefernsehens und zusätzlich ganze Abendprogramme, nicht selten bis 22 Uhr und darüber hinaus. In diesen Fällen scheinen die Kinder dem «Vorbild» der Erwachsenen zu folgen, die sich ähnlich verhalten.

Bei *Jugendlichen* – etwa ab 15 Jahren sinkt das Interesse erheblich ab. Die Gesamt-Sehdauer der Heranwachsenden zwischen 15 und 18 Jahren wird mit 6–8 Wochenstunden geschätzt (nach der von G. Maletzke in Hamburg durchgeführten Untersuchung sehen Jugendliche mit Volksschulbildung 3,3 mal in der Woche, Jugendliche mit Mittelschulbildung 3mal, Jugendliche mit Oberschulbildung 2,7mal). In dieser Entwicklungsstufe entwickeln sich neue Freizeitinteressen, die miteinander in Konkurrenz stehen; Freizeitbeschäftigungen wie Tanz, Sport, Zusammensein mit Freunden, Kontakte mit dem anderen Geschlecht auf Partys und in Lokalen – durchwegs «aushäusige» Interessefelder also – überwiegen. Der Jugendliche sieht gewöhnlich nur dann fern, wenn es sich um Sendungen handelt, deren Reizwert – je nach der individuellen Antriebs- und Interesselage – den Wert dieser anderen Freizeitbeschäftigungen übersteigt. Damit wird er – stärker als Erwachsene und Kinder – zum Auswahlseher. Dennoch gibt es auch hier zahlreiche Ausnahmen; auch Jugendliche gehören nicht selten zur Gruppe der Allesseher. Auch das Verhalten vor dem Bildschirm ist in den Altersgruppen unterschiedlich. Kinder lassen sich, besonders beim Sehen von Spielhandlungen, emotionell in ähnlicher Weise wie beim Filmerleben, wenn auch nicht mit gleicher Intensität, in die Handlung einbeziehen und nehmen unter dem Einfluß von Identifikations- und Projektionsprozessen die gezeigten Bilder und Handlungen als Abbildungen der Wirklichkeit. Bei den Jugendlichen ist eine stärkere innere Distanz und zunehmende kritische Haltung zu beobachten.

Entwicklungsgemäß sind auch die *jugendlichen Fernseh-Interessen*. Im Vordergrund stehen Programme, die Spannung versprechen und die Reize des Abenteuerlichen und der kämpferischen Auseinandersetzung vereinen (Kriminalspiele, Western, Abenteuer in fremden Ländern). Allgemein zeigt sich bei allen Altersgruppen das Bestreben, durch das Fernsehen Auskunft über die Welt der Erwachsenen, in ihre Gefühls- und Denkweise, ihr Verhalten, ihre Motive, ihre sozialen Beziehungen und ihre Konflikte zu erhalten. Vor allem versuchen Kinder und Jugendliche – wie Untersuchungen von W. Schramm und G. Himmelweit zeigten – aus dramatischen Handlungen hierüber etwas zu lernen. Der Drang zum Abendprogramm und seinen dramatischen Sendungen findet hierin seine Erklärung. Daneben zeigen sich aber spezielle Interessenrichtungen; auch lebendig gestaltete Informationen aus Technik, Natur, Völkerkunde finden Anteilnahme, wenn sie interessant, aktuell und verstehtbar gestaltet sind. Jugendliche zeigen ein deutliches Interesse an politischen Informationen und Dokumentarsendungen.

Fernsehen beeinträchtigt einige andere *Freizeitbeschäftigungen* der Kinder. Vor allem erleiden Rundfunkhören, Kinobesuch, aber auch Lesen, Basteln und Spielen mehr oder weniger starke Einbußen. Einige Hobbies können allerdings durch das Fernsehen auch gefördert werden, z. B. Theaterbesuch nach Fernsehbearbeitungen von Bühnenstücken, Basteln nach Anregungen durch das Kinderfernsehen.

Aus den hier nur angedeuteten Sachverhalten ergeben sich viele *erzieherische Fragen*. Sie richten sich nicht so sehr an das Fernsehen (als den Kommunikator) als vielmehr an die Erzieher. Es scheint, daß die Eltern sich viel zu wenig um das Fernseherlebnis ihrer Kinder kümmern und ihnen allzu großzügig den Zugang zu allen Sendungen gestatten. Daraus können sich Gefahren für die seelische und soziale Entwicklung der Kinder ergeben. Zwar ist es außerordentlich schwierig, eindeutige Wirkungen der Fernsehens oder einzelner Programme festzustellen- weil – wie anfangs geschildert – alle beteiligten Faktoren untersucht werden müssen; dies ist jedoch nur durch sehr sorgfältige individuelle Fallstudien zu erreichen. Dennoch lassen sich aus empirischen Untersuchungen einige *Wirkungen*, vor allem der mifbräuchlichen und unkontrollierbaren Benutzung des Mediums erkennen:

1. Häufiger Fernsehkonsum in der Kindheit kann bei manchen Kindern, in Verbindung mit zahlreichen anderen Reizen des modernen Lebens, zu nervösen Störungen führen. Kinderärzte und Lehrer

berichten von Konzentrationsschwäche, Tagträumen und seelischen Reizzuständen bei Kindern, die einen Großteil ihrer Freizeit vor dem Bildschirm verbringen. Die Verkürzung der Schlafzeit, möglicherweise aber auch die Uebernahme erregender oder unverstandener Fernseherlebnisse in die Traumwelt verstärken diese Wirkungen.

2. Uebermäßiger Fernsehkonsum hält Kinder von entwicklungswichtigen Beschäftigungen ab: Spiel, sozialer Umgang, Lesen. Obwohl ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen dem Fernsehen der Kinder und ihren Schulleistungen nicht festzustellen ist, werden nach eigenen Aussagen von Schülern auch die Schularbeiten mitunter vernachlässigt.

3. Potentielle Bildungseinflüsse wertvoller Sendungen werden, wenn sie in der Diskontinuität ganzer Programmfolgen gesehen werden, nicht wirksam. Infolgedessen kommen chaotische oder mißverstandene Eindrücke und Erinnerungsinhalte zu stande, die unter Umständen falsche Auffassungen vermitteln.

4. Sendungen, die für Kinder ungeeignet sind, können ihnen – je nach der individuellen Situation – ein schiefes Bild von Welt und Leben einprägen. Dies gilt sowohl für manche Abendprogramme, die Kinder geistig und emotional überfordern, als auch für bestimmte Serien des Werbefernsehens. In den letzteren werden Leben und Welt durch die Multiplikation außergewöhnlicher und unrealistischer Situationen verzeichnet. Stereotype und Klischees in der Darstellung von Menschen, Berufen, sozialen Einrichtungen und Konflikten beeinträchtigen die Entwicklung des sozialen Bewußtseins. Verbrechen und Gewalttätigkeit erhalten eine wirklichkeitsfremde Ueberbetonung; die Kumulation solcher von vielen Kindern bevorzugten Darstellungen kann bei ihnen zu der Lehre führen, daß «Gewalt ein normaler Aspekt des Lebens» (Himmelweit) sei. Die kindliche Affinität zum Kitsch wird in diesen, aber auch einigen Jugendsendungen, durch eine Fülle von Trivialitäten, sentimental Szenen und geschmacklosen Albernheiten befestigt.

5. Die «Fernsehsucht» mancher Kinder verstärkt ihre Kontaktarmut und kann ihre soziale Isolierung in Gruppen wachsen lassen. Neuere Untersuchungen ergaben, daß es sich hier vor allem um Kinder handelt, die «sozial frustriert» sind, d. h. auch in ihrer realen Lebensumwelt allein und ohne enge soziale Bindungen aufwachsen oder unter starken Konflikten mit den Eltern leiden. Gegenüber solchen pädagogisch bedenklichen Folgen eines unverständigen Fernsehkonsums zeigen sich jedoch höchst positive Erscheinungen, wo man das Fernsehen sinnvoll benutzt. Die gemeinsame *Auswahl* von

Sendungen anhand der Programmzeitschriften, die Beschränkung des Sehens auf Einzelsendungen (statt ganzer Programmabläufe), vor allem *Gespräche* über gemeinsame Fernseherlebnisse können tatsächlich aus dem Medium einen neuen «Familientisch» machen, der neue Bindungen schafft, statt sie aufzulösen. Eine wesentliche Rolle spielt hierbei die gemeinsame Auseinandersetzung über Fernsehaussagen im Gespräch. Hier kann jene kommunikative Situation hergestellt werden, die die Massenkommunikation sonst nicht erreicht – die geschlossene Kommunikation, in der die «Rückmeldungen» des Rezipienten (Stellungnahmen, Fragen, Kritik) zwar nicht unmittelbar an den Kommunikator gehen, aber im Austausch von Urteilen, Erfahrungen und Kenntnissen wirksam werden. Hier können Mißverständnisse, Unklarheiten, Fehlschlüsse korrigiert werden, hier bewahrt der Zuschauer seine kritische Haltung gegenüber Aussage und Medium.

Solche Gespräche bewähren sich, wie Untersuchungen zeigten, nicht nur im besonderen Kommunikationsraum der Schule oder einer Jugendgruppe, sondern auch in der Fernsehfamilie. Im Gespräch werden bedenkliche Wirkungen auf Kinder durch kritische und interpretierende Kommentare abgefangen. Vor allem leisten die Erwachsenen (Eltern) hier dem Kinde eine nicht zu unterschätzende Hilfe bei der geistigen und emotionalen Verarbeitung des Gesehenen. Das gilt insbesondere von Kinder- und Jugendprogrammen, die viel zu selten von Eltern und Kindern gemeinsam gesehen werden.

Sendungen, die Kinder zu eigenem musischem, handwerklichem und gestaltendem Tun anregen, bedürfen fast immer einer solchen Hilfe und Förderung.

Fernsehen ist heute ein Medium, das viele Möglichkeiten der Bildung, der Information und der Unterhaltung anbietet. Es begegnet vielen individuellen Bedürfnissen und Interesserichtungen. Entscheidend für seine Funktionen und Wirkungen in der Gesellschaft und im Leben des Einzelnen sind Einstellungen, Haltungen und Formen der Gesittung bei seinen Konsumenten im Umgang mit ihm.

Literaturhinweise

- Gerhard Maletzke, Psychologie der Massenkommunikation. Hans-Bredow-Institut, Hamburg 1964
 Gerhard Maletzke, Grundbegriffe der Massenkommunikation unter besonderer Berücksichtigung des Fernsehens (Einleitung von Gerhard Lanius). Institut für Film und Bild, München 1964
 Fritz Stückrath, Das Fernsehen als Faktor der Kindheit. In «Film - Bild - Ton», 11/1961
 Hilde Himmelweit, Television and the child. London 1958
 Hilde Himmelweit, Die Forschung in ihren Beziehungen zur Planung und Gestaltung von Fernsehprogrammen. In «Fernsehen und Bildung», Sonderheft der Zeitschrift «Television an adult education», Februar 1964
 Foerster-Holz, Fernsehen für Kinder und Jugendliche. Juventa-Verlag, München 1963
 Landesbildstelle Berlin, Nachmittagsprogramme des Fernsehens im pädagogischen Aspekt, Berlin 1964
 Gerhard Maletzke, Fernsehen im Leben der Jugend. Hans-Bredow-Institut, Hamburg 1959
 Günter Beaugrand, Kinder sehen fern. Herausgeber: Bundesarbeitsstelle Aktion Jugendschutz, Münster i. W. o. J.
 Erich Wasem, Presse Rundfunk, Fernsehen, Reklame – pädagogisch gesehen. Ernst Reinhardt Verlag, München 1957

Warum Jugendwohlfahrtsgesetz?

von Dr. H. Riedel

Zur geschichtlichen Entwicklung

In der Zeit vor dem 1. Weltkrieg war Europa politisch, wirtschaftlich und kulturell befriedet und ruhig. Die Jugend bedurfte nur ausnahmsweise besonderer Maßnahme. «Zwangserziehung», die spätere Fürsorgeerziehung, war nur selten erforderlich; im Strafrecht reichten die allgemeinen Vorschriften der Strafgesetze aus.¹ Der 1. Weltkrieg brachte Europa und die Welt in Aufruhr, und seitdem trat eine echte Beruhigung nicht mehr ein. Jetzt zeigte sich, daß die bisher so «behütete» Jugend doch gefährdet ist durch einen beginnenden Kulturzerfall, Gesetzliche Maßnahmen erschienen notwendig. So schuf

man in Deutschland 1922 das *Jugendwohlfahrtsgesetz*² und 1923 das *Jugendgerichtsgesetz*.³ Damals schrieb man, der Erlaß eines Jugendwohlfahrtsgesetzes (JWG) sei ein Markstein nicht nur in der Entwicklungsgeschichte der Jugendfürsorge und Jugendpflege, sondern auch für die soziale und kulturelle Entwicklung des Volkes.⁴ In Europa wurden in anderen Ländern ähnliche Gesetze notwendig. Die wechselnden Zeitumstände machten natürlich Änderungen und Angleichungen, auch Reformen notwendig. Bei der Schnellebigkeit unserer Zeit sind wir daran schon gewöhnt.

¹ Dazu für Deutschland Riedel *Jugendgerichtsgesetz-Kommentar (JGG)* Einleitung E 1 (R. S. Schultz-Verlag München 1965)

² Dazu Riedel *Jugendwohlfahrtsgesetz-Kommentar (JWG)* 4. Auflage (Schweitzer-Verlag Berlin 1965) Einleitung E 1

³ Dazu Fußnote 1

⁴ Dazu Riedel *JWG-Kommentar* Einleitung E 1 S. 25