

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:	50 (1977-1978)
Heft:	11
Artikel:	Welche Wirkungen hat das Fernsehen auf die Kinder? - Neue wissenschaftliche Ansätze zur Sozialisation durch das Fernsehen
Autor:	Bonfadelli, Heinz
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-852030

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: 28.01.2026

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

Welche Wirkungen hat das Fernsehen auf die Kinder? – Neue wissenschaftliche Ansätze zur Sozialisation durch das Fernsehen

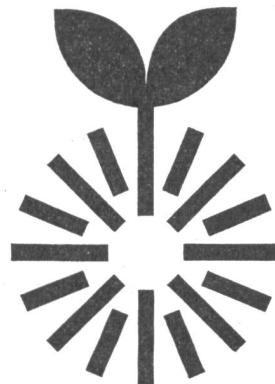
lic. phil. Heinz Bonfadelli

Assistent am Publizistischen Seminar der Universität Zürich

Ueber den Einfluß des Fernsehens auf die Jugend ist schon sehr viel geschrieben und noch viel mehr behauptet worden: Positives wie Negatives. Es ist ein Thema, das in den unterschiedlichsten Verkleidungen anzutreffen ist wie TV-Uebersättigung, Lernen durch TV, Aggressivität, Imitation, Identifikation, Medienkonsum, Wirklichkeitsflucht, Passivität, Kreativitätsverkümmierung usw. Umso wichtiger scheint es, daß man auf diesem Gebiet, wo so viele kontroverse und einander widersprechende Meinungen und Auffassungen existieren, zu trennen versucht zwischen dem, was wissenschaftlich einigermaßen abgesichert ist, und dem, was man glaubt zu wissen, was man aufgrund bestimmter vorgegebener Interessen und Werte unhinterfragt behauptet oder was man der gängigen Mehrheitsmeinung zuschreibt.

Nun ist es aber leider nicht so, dass der Medienpraktiker oder der Lehrer sich einfach der wissenschaftlichen Massenkommunikationsforschung zuwenden kann, um dort die entsprechenden «Rezepte» und «Antworten» zu finden auf die Fragen «Welche Wirkungen hat das Fernsehen auf unsere Kinder?» oder «Wie können die Medien entsprechend gewisser vorgegebener pädagogischer Zielsetzungen kontrolliert und effektiv eingesetzt werden?» – Einerseits gibt es noch keine wissenschaftliche Gesamtsicht des Problemkomplexes sozialisatorische Fernseheinflüsse auf die Kinder, und die wissenschaftlichen Kenntnisse zu diesem Thema sind bis jetzt nur fragmentarisch und so auch ver-

zerrt, anderseits macht sich der Laie oft viel zu einfache Vorstellungen über den Einfluß und die Wirkungsmöglichkeiten der Massenmedien. Diesem naiven und unreflektierten Gebrauch des Konzeptes «Wirkung» und daraus folgend dem Anliegen des Praktikers wie auch zum Teil der ältern Medienwissenschaft, eindeutige Beweise für eine unmittelbare und direkte Wirkung der Medien auf die Kinder und Jugendlichen sicherzustellen, wird aber der komplexen Wirklichkeit des Kommunikationsprozesses nicht gerecht und interpretiert sie in stark «mechanistischer» Verkürzung. Massenkommunikation ist eben in der Regel keine notwendige und hinreichende Ursache für bestimmte Wirkungen. Die Aussagen und Botschaften der Medien werden nur wirksam über intervenierende soziale Einflüsse und Instanzen wie die Schule, die Familie und die Kameraden. Das heißt nun aber nicht, daß die Massenmedien oder im speziellen das Fernsehen keinen Einfluß auf die Kinder hätten. Vielmehr ist es so, daß das Fernsehen im umfassenderen Zusammenhang von allgemeinen sozialen Beziehungen, Bedürfnissen, Erwartungen, Fähigkeiten und Chancen der Kinder untersucht werden muß. Der persönliche sinnhafte Gebrauch und Nutzen des Fernsehens durch unsere Kinder muß im Zentrum unserer Aufmerksamkeit stehen. Und diese Beziehungen zum Medium, also das, was die Kinder glauben, durch das Fernsehen zu gewinnen, was es ihnen bedeutet, welchen Nutzen es für sie hat, sind beeinflußt durch eine Vielzahl unterschiedlichster Einflüsse.



Inhalt / Sommaire

S E R

<i>Heinz Bonfadelli:</i> Welche Wirkungen hat das Fernsehen auf die Kinder? – Neue wissenschaftliche Ansätze zur Sozialisation durch das Fernsehen	269
<i>Dr Charles Mottier:</i> Affectivité et rendements scolaires	274
Internationale Umschau	281
Buchbesprechungen	281

H R

<i>Eberhard Kaiser:</i> Zum Begriff «Logopädie»	285
--	-----

In der Schweizer Erziehungs-Rundschau veröffentlichte Artikel geben ausschließlich die Meinung der Verfasser, nicht der Redaktionen wieder. Die Zeitschrift ist ein Forum freier pädagogischer Aussprache.

se der für das Kind relevanten Erziehungsinstanzen.

Die Massenkommunikationsforschung gibt also keine direkte Antwort auf die naiven und nicht beantwortbaren «Warum (sehen die Kinder fern)»- und «Was (sind die Wirkungen des TV)»-Fragen. Vielmehr müssen diese umformuliert werden in wissenschaftliche Fragen folgenden Typus: Welche Persönlichkeitsstrukturen, welche psychischen Probleme oder welche sozialen Milieus sind verknüpft mit erhöhtem Medienkonsum oder bestimmten inhaltlichen Programmpräferenzen der Kinder?

Unglücklicherweise führt diese wissenschaftliche Strategie des Suchens nach Wenn-Dann-Zusammen-

hängen (z. B. wenn das Kind aus der Unterschicht stammt, dann ist es wahrscheinlich, daß es einen höhern TV-Konsum hat) zu vielen empirischen Einzeluntersuchungen und wissenschaftlichen Teildisziplinen, die für den Nicht-Fchmann schwer zu überschauen und kaum zu einer Gesamtsicht zu integrieren sind. Ein gewisser Bezugsrahmen ist somit erforderlich, der die verschiedenen Teilespekte, die erforscht werden, zusammenzufassen vermag, es auch ermöglicht, neue und für die Praxis relevante Fragestellungen aufzuzeigen und der Entscheidungshilfen gibt, was zu tun ist und was in der Praxis auch verwirklicht werden kann. – Ein solch integrativer Bezugsrahmen bildet der Sozialisationsbegriff.

Sozialisation durch Massenkommunikation

Sozialisation bezeichnet alle jene Prozesse, durch die ein Individuum in Auseinandersetzung mit andern Personen wie seinen Eltern und im weitern Sinn mit seiner gesamten Umwelt die ihm gemäßen Muster sozial relevanten Verhaltens entwickelt. Diese Lernprozesse, d. h. die Entwicklung der Wahrnehmung, der Sprache, des Denkens und der Erwerb von Werten, Einstellungen, Fähigkeiten, Verhaltensweisen, sind darum notwendig, weil der Mensch als biologisches Wesen zur Welt kommt und im eigentlichen Sinn erst Mensch werden muß.

Diese Sozialwerdung des Menschen ist kein ausschließlich genetisch gesteuerter Prozeß, weil der Mensch weltoffen und nicht wie das Tier durch Instinkte gesteuert ist, und sich entsprechend den verschiedenen Umwelteinflüssen je andere Persönlichkeiten entwickeln können. Will man diese Entwicklungsprozesse vom Kind über den Jugendlichen zum Erwachsenen besser verstehen lernen, muß man sie als Prozesse der Informationssuche analysieren, durch die das Kind lernt, was es von der Welt erwarten kann und was die Welt von ihm erwartet. Das Kind ist also abhängig von den Informationen, die ihm andere über die

Umwelt, deren Bedeutung und den Möglichkeiten seines Handelns in eben dieser Umwelt geben. Neben der direkten persönlichen Erfahrung sind die meisten dieser Informationen sozial vermittelt durch verschiedene Sozialisationsinstanzen wie die Familie, die Schule, die Kameraden und die Massenmedien. Die Informationsabhängigkeit des Kindes, oder anders gesagt, die zentrale Bedeutung der Kommunikationsprozesse für die Entwicklung des Kindes hat zur Folge, daß die Sozialisationsagenten als Kommunikationsquellen die sich entwickelnden Realitätskonzeptionen des Kindes entscheidend beeinflussen durch Kontrolle, Selektion und Interpretation der Sozialisationsinhalte, die an das Kind herangetragen werden.

In diesem Sinn ist die Bedeutung oder der Einfluß des Fernsehens auf das sich entwickelnde Kind zu sehen: Die Art und Weise wie das Kind seine Umwelt zu sehen und zu interpretieren lernt und wie es sich ihr gegenüber verhält, ist eine Funktion jener Information über die Umwelt des Kindes, wie sie auch durch die Massenmedien tagtäglich kommuniziert und vermittelt wird.

Die Massenmedien sind so Sozialisationsagenten wie die Familie und die Schule, weil sie dem Kind Informationen über die Welt, über vorherrschende Werte und Verhaltensvorbilder präsentieren. Umgekehrt sind die Medien wiederum nur eine Fazette im gesamten komplexen Informations- und Austauschprozeß zwischen dem Kind und seiner Umwelt: Während das Fernsehen ein unentbehrlicher Vermittler außerfamiliärer Realitäten darstellt, ist es doch wiederum integriert in eben diese Familie, und sein Einfluß ist vermittelt und überlagert durch die Kontrolle, die Normen, Werte und Einstellungen der Eltern.

Um die Sozialisationsmöglichkeiten des Fernsehens angemessen beurteilen zu können, muß das Fernsehen als integrierter Einflußfaktor im gesamten Sozialisationsgeschehen analysiert werden, das selbst wiederum aktiv durch das Handeln des Kindes selbst beeinflußt und strukturiert wird. Welchen Gebrauch die

Kinder vom Fernsehen machen und ob sie es überhaupt nutzen, hängt also davon ab, wie sie sich selbst und ihre Bedürfnisse sehen, wie sie ihre Umwelt, ihre Familie, ihre Schule und ihre Kameraden beurteilen, wie wichtig diese für sie sind, und wie die Eltern den Erwartungen ihrer Kinder entgegenkommen und diese sinnvoll zu steuern und zu erfüllen vermögen.

Das Fernsehen als Sozialisationsinstanz

Das Fernsehen als Element des Einflußfeldes, in dem das Kind steht, hat bestimmte ihm eigenen Vorteile und Einschränkungen. Es geht über gewisse soziale, geographische und zeitliche Grenzen hinaus, die den andern Sozialisationsagenten gesetzt sind, anderseits vermag es nicht auf das Verhalten und die Lernprozesse seiner kindlichen Zuschauer zu reagieren im Sinne von positiven oder negativen Sanktionen. Zudem ist es typischerweise selbst integriert in einen zweiten Sozialisationsagenten, die Familie nämlich. Vielleicht liegt auch darin ein Grund für die beträchtlichen negativen Vorurteile und Verhaltensunsicherheiten gegenüber seinen vermeintlichen Wirkungsmöglichkeiten. Als Sozialisationsagent innerhalb des Wirkungskreises eines andern Agenten kommt es natürlicherweise zu Widersprüchen, Verdrüß und Aerger. Seine Botschaften und Ansichten stimmen oft nicht mit den elterlichen Erziehungszielen überein und beeinträchtigen oder durchkreuzen deren Willen. Das führt zu entsprechenden Reaktionen der Eltern: Seheinschränkungen und Kontrolle einzelner Sendungen, Versuche, die Interpretation und den Einfluß der Sendungen durch Gespräche zu steuern, oder einfach zu Forderungen nach besseren Programmen.

Man kann also in bestimmter Weise von einer Konkurrenz zwischen den herkömmlichen Sozialisationsinstanzen und dem Fernsehen sprechen. Damit aber manöveriert man das Fernsehen leicht in eine Position, die seinem Auftrag und

seinem Selbstverständnis nicht voll entsprechen. Denn nach wie vor arbeitet es primär nach den Prinzipien der Aktualität und der Publizität; sozialisatorische Gesichtspunkte spielen nur eine untergeordnete Rolle. Im Gegensatz zur Familie, die mit einer gewissen zeitlichen und sachlichen Konstanz bestimmte Erziehungsziele verfolgt, präsentiert das Fernsehen ein breites und heterogenes inhaltliches Angebot, das sich als Widerspiegelung des Pluralismus unserer Gesellschaft versteht. Zu dieser Vielzahl einander widersprechender Sozialisationsangebote kommt seine zeitliche Diskontinuität und der rasche Wechsel der aufgegriffenen Sozialisationsthemen hinzu, welche die Sozialisationsmöglichkeiten des Fernsehens stark einschränken.

Trotzdem sind natürlich bestimmte konsistent propagierte Werte und Grundhaltungen vorhanden, denen die Forschung nachzugehen hat. Es ist dabei zu fragen, unter welchen Umständen solche Uebereinstimmung und Konsonanz in Fakten und Argumenten entsteht, und zwar nicht so, wie sie sich aus der Wirklichkeit ergibt, sondern wie sie sich durch wirklichkeitsverzerrende Auswahl der Kommunikatoren selbst ergibt.

Um bei den Kommunikatoren zu bleiben, ein großer Unterschied zur Sozialisation in der Familie und Schule besteht beim Fernsehen darin, daß der Kommunikator als Sozialisator auf die Reaktionen, Interessen und Bedürfnisse der Zuschauer nicht direkt eingehen kann. Der Kommunikations- oder Sozialisationsprozeß steht nicht mehr in einem unvermittelten Zusammenhang des alltäglichen Prozesses der Weltbewältigung durch das Kind. Dies hat Konsequenzen für die Medienbotschaften selbst, die als vorgefertigte, normierte und objektivierte nicht mehr unmittelbares Interesse anzusprechen vermögen. Sie müssen darum so unterhaltend beschaffen sein, daß sie trotzdem Sehmotivation wecken, was ihre Wirkungsmöglichkeiten einschränkt. Noch weitgehend unbekannt sind jene Faktoren, die darüber bestimmen, ob es

dem Kind überhaupt gelingt, die vermittelte Medienrealität auf seine konkrete Situation zu beziehen, sie in seine Handlungsentwürfe zu integrieren und diese entsprechend umzustrukturen. Auf jeden Fall ist dieser «Wirkungsprozeß» viel komplizierter als man sich gemeinhin vorstellt und darf auf keinen Fall als etwas «Passives» begriffen werden, das da einfach so abläuft.

Im allgemeinen hat man es mit verschiedenen *Typen von Kommunikatoren* zu tun, die Redaktion als komplexes soziales Gebilde, die natürlichen, am Bildschirm erscheinenden Personen, die literarischen Symbolfiguren und die Helden. Sie verkörpern unterschiedliche Identifikationspotentiale, rufen zum Teil direkt zur Nachahmung auf und sind bisweilen stark stereotypisiert, was entsprechende Imitationsprozesse erleichtert, aber auch zu verzerrten Vorstellungen über die Realität führt. Den unterschiedlichen Kommunikationstypen entsprechen verschiedene Möglichkeiten, Sozialisationsinhalte normativ zu propagieren durch bestimmte *Sozialisationsstrategien*: das Vorgeben von Beispielen, die Struktur und Wirksamkeit unterschiedlicher Beispiele, die stellvertretende Bekräftigung und Bestrafung. Im Unterschied zur Familie zeigen sich aber auch hier wieder die Grenzen des Fernsehens. Es kann Kinder nicht belohnen durch Liebe, Zuneigung und materielle Sachen. Es kann sich nicht auf die individuellen Eigenarten und Voraussetzungen der Kinder einstellen und vermag auch nicht, entsprechende Gelegenheiten zum Einiüben der gezeigten Verhaltensweisen anzubieten.

Zudem ist das Fernsehen selbst stark beeinflußt durch die verschiedenen gesellschaftlichen Instanzen. Zu einem großen Teil werden von ihm Aussagen und Inhalte verbreitet, die das Resultat anderer Sozialisationsagenten sind.

Sozialisationsinhalte

Ueber die schon genannten Charakteristika der Medienbotschaften hinaus ist es nicht leicht, sich einen

Ueberblick über die potentiellen Bereiche der Sozialisation durch das Fernsehen zu verschaffen. Durch entsprechende wissenschaftliche Inhaltsanalysen der einzelnen Programmtypen, der Quantität und der Qualität der von Kindern gesehnen Sendungen, hat die Publizistikwissenschaft bis jetzt vor allem Aussagen gemacht zu Themen wie Gewalt, Geschlechtsrollen, Rassenfragen, Minoritätsdarstellung, Stereotype, Werbespots u. a. m. Ohne hier näher auf die Resultate dieser Untersuchungen eingehen zu können, kann doch verallgemeinernd gefolgert werden, daß die Kinder und Jugendlichen kein sehr anziehendes Bild der Welt durch das Fernsehen vermittelt erhalten. Und daß die Kinder durch diese Welt sehr wenig sozial wertvolle Information, Beispiele und Sozialisationsziele bekommen, denen sie mit gutem Gewissen nacheifern könnten.

Sozialisationswirkungen des Fernsehens

Bei der Abschätzung möglicher Einflüsse des Fernsehens auf die Sozialisation der Kinder und Jugendlichen zeigt sich jetzt immer deutlicher, wie komplex der Gesamtzusammenhang ist, in dem diese Prozesse spielen und miteinander verknüpft sind, und wie viele Sozialisationsagenten mit den unterschiedlichsten Zielen, den widersprüchlichsten Sozialisationsinhalten und den vielfältigsten Sozialisationspraktiken und Möglichkeiten auf das Kind einzuwirken versuchen. Das Fernsehen existiert nicht in einem Vakuum. Seine Einflußmöglichkeiten und Wirkungschancen können nicht abgetrennt untersucht und festgestellt werden, und seine Bedeutung variiert entsprechend den befragten Personen, den untersuchten Themen, den im Blickfeld stehenden Sozialisationsagenten. Fernsehwirkungen sind immer vermittelt und modifiziert durch die interpersonalen Kommunikations- und Einflußstrukturen in der Familie, in der Freizeit und in der Schule.

Immerhin kann etwas mit Sicherheit gesagt werden: Das Fernsehen

spielt eine wichtige Rolle im Leben des heutigen Kindes und Jugendlichen. Obwohl es für die verschiedenen Gruppen von Kindern die unterschiedlichsten Dinge bedeutet und zu den verschiedensten Zwecken benutzt wird, obwohl die persönliche Auswahl durch das eingeschränkt ist, was für das Kind durch die Eltern verfügbar gemacht wird; die Kinder und die Jugendlichen wählen aktiv aus dem vorhandenen Angebot das aus, was sie sich wünschen und wovon sie annehmen, daß es ihnen entsprechend ihren Bedürfnissen etwas bringen wird. – Und sie wählen oft und viel: die tägliche Zeit, die Kinder in der Schweiz vor dem Fernsehgerät verbringen, beträgt ca. 1½ Stunden und sie sitzen an fünf Tagen der Woche davor. Der *Medienkonsum* der Kinder ist zur dominierenden Freizeitbeschäftigung geworden. Schon sehr früh, jedenfalls lange bevor sie lesen können, beginnen die Kinder regelmäßig fernzusehen, und das Ausmaß des täglichen Konsums wird stetig größer und erreicht bei den 12jährigen einen Höhepunkt. Die Sehkurve flacht sich dann ab, und in den folgenden Jahren der Adoleszenz geht der Konsum leicht zurück. Es sind jene Jahre, in denen sich der Jugendliche mehr seinen Kameraden und Peergruppen zuwendet und die gemeinsame familiäre Fernsehsituation von ihm gemieden wird. Erst mit dem Erwachsenenalter pegelt sich der ursprüngliche Maximalkonsum ungefähr wieder ein. Generell gesehen ist der Fernsehkonsum bei Kindern der Unterschicht und bei den Knaben etwas höher.

Welchen *Medieninhalten* wenden sich die Kinder nun vor allem zu? Während man gängigerweise annimmt, daß sie sich vor allem den für sie bestimmten Sendungen widmen, zeigen die Untersuchungen, daß für die Kinder die Unterhaltungssendungen, die Lustspiele, Familienserien, Spielfilme, Kriminalserien und die Western die höchste Anziehungskraft besitzen, und daß sie diese auch schon bald einmal regelmäßig konsumieren dürfen.

Eine weitere Frage richtet sich nach den Möglichkeiten des Fern-

sehens, andere Tätigkeiten, seien das Freizeitaktivitäten, Zeit für Schulaufgaben, Lesezeit usw., zu ersetzen und für sich zu beanspruchen. Inwieweit dies dem Fernsehen gelingt, d. h. wieweit es als funktionale Alternative für bestimmte Bereiche von Bedeutung sein kann, hängt wiederum stark davon ab, von welcher Bedeutung diese für das Kind sind, und ob es den Eltern gelingt, sinnvolle und erstrebenswerte Ziele für die Jugendlichen bereitzustellen und die entsprechenden Motivationen zu fördern.

Zusammenfassend kann gesagt werden, daß die Aktivität Fernsehen gut in den Familienkontext integriert ist, daß sich aus den gemeinsamen Interessen der einzelnen Familienglieder am Fernsehen gemeinsame Gewohnheiten der Fernsehnutzung entwickeln.

Über die Erhebung von Daten zu den Fernsehgewohnheiten hinaus stellt sich aber sofort die Frage nach den *weiteren sozialen Auswirkungen* dieses Sehverhaltens, werden doch in den Fernsehprogrammen Sozialisationsinhalte vermittelt, die übernommen und gelernt werden können. Hier ist es nun so, daß über die Regelung der gemeinsamen Nutzung des Fernsehgerätes hinaus, die Familie mit dem in sie hineingetragenen Angebot an sozialen Erfahrungen wenig anzufangen weiß. Die Eltern haben selbst nur ungenügende und mangelhafte Voraussetzungen, es gelingt ihnen meist nicht, die Fernsehinhalte in einer positiven und sozial nützlichen Weise gezielt in die Erziehungsprozesse der Familie einzubringen.

Obwohl man noch nicht genau weiß, wie der elterliche Gebrauch des Fernsehens die Kinder beeinflußt, wie und in welchem Ausmaß die Eltern und die Lehrer mit dem Kind über das Fernsehen kommunizieren, beeinflussen die Erwachsenen das Sehverhalten ihrer Kinder im Sinne der Beispielsetzung. Darüberhinaus zeigen neueste Untersuchungen, daß die *familiären Kommunikationsmuster*, d. h. das Ausmaß, in dem die Eltern auch kon-

troverse Sachverhalte des Fernsehens mit ihren Kindern diskutieren oder entsprechende Inhalte von ihnen fernzuhalten versuchen, einen prägenden Einfluß auf das sich entwickelnde Verhältnis des Kindes zum Fernsehen haben.

Während bis anhin vor allem die *Wirkungen von Gewaltdarstellungen* im Zentrum des Interesses standen, und in den letzten fünfzehn Jahren unzählige kontroverse Gutachten zu diesem Problem verfaßt worden sind, erscheinen einem unvoreingenommenen Betrachter die Resultate im Verhältnis des wissenschaftlichen Aufwandes eher dürtig. Ein zusammenfassender Bericht einer amerikanischen Kommission der Bundesregierung zieht 1972 folgende Schlußfolgerung: «... daß es einen allgemeinen und vorläufigen Hinweis auf eine Kausalbeziehung zwischen dem Sehen von Gewalt im Fernsehen und aggressivem Verhalten gibt, sowie Hinweise darauf, daß dieser Zusammenhang nur in einigen sozialen Umfeldern wirksam ist.» – In jüngster Zeit hat man sich darum Fragestellungen und Strategien zugewandt, wie durch geeignete Fernsehsendungen Einflüsse auf die Kinder im Sinne von *prosozialem Verhalten* erzielt werden könnten. Es handelt sich um die Identifikation und Analyse besonders wirksamer Fernsehinhalt und -ausschnitte, um den Einfluß unterschiedlicher kognitiver Fähigkeiten der Kinder und um die Wirkung schon bestehender Prädispositionen, welche die Uebernahme von prosozialen Verhaltensweisen wie friedliche Konfliktbewältigung und Kooperationsbereitschaft behindern.

Viele Untersuchungen haben auch den Einfluß des Fernsehens auf das Wissen und die *kognitiven Fähigkeiten* der Kinder aller Stufen aufgewiesen, besonders bei kleinen Kindern, die noch nicht sehr viel Wissen, Normen und Werte internalisiert haben. Gelernt wird in unterschiedlichen Bereichen und vor allem jene Inhalte, für die sich die Kinder interessieren und die für ihre alltäglichen Probleme von Nutzen sind. In diesem Forschungsfeld



An unserer Sonderschule für das epilepsiekranke Kind ist die Stelle für einen

Werklehrer/Heilpädagogen

zu besetzen.

Aufgaben:

- Werkunterricht in kleinen Gruppen von geistig behinderten, zum Teil verhaltengestörten Kindern und Jugendlichen
- 8 bis 10 Stunden lebenspraktischen Unterricht bei jugendlichen und erwachsenen Patienten, zur Erhaltung der in der Sonderschule erworbenen Kenntnisse und zur Ergänzung der Tätigkeit in der geschützten Werkstätte.

Anforderungen:

- heilpädagogisch interessierter Primarlehrer oder Heilpädagoge mit zusätzlicher Ausbildung als Werklehrer oder im Handfertigkeitsunterricht.
- Bereitschaft zur Zusammenarbeit in aufgeschlossenem Lehrerteam und mit den andern Disziplinen unserer Klinik.

Anstellung:

18. April 1978 oder nach Vereinbarung.

Besoldung:

nach kantonalzürcherischen Richtlinien

Interessenten wenden sich an die Schulleitung der Sonderschule der Schweizerischen Anstalt für Epileptische, Bleulerstraße 60, 8008 Zürich, Tel. 01 53 60 60, intern 223.

Die
Aargauische Stiftung für cerebral Gelähmte
sucht für ihr Schulheim für körperbehinderte
Kinder in Aarau

Lehrer oder Lehrerin

der/die gerne mit viel Initiative, Phantasie und Einsatz eine Kleinklasse von 8 bis 10 Kindern (Unterstufe) führen möchte. Stellenantritt Frühling 1978.

An unserem Schulheim unterrichten wir gegenwärtig 46 normalbildungsfähige, körperbehinderte Kinder in 5 Schulabteilungen. Physio-, Ergo- und Sprachtherapie vervollständigen unsere Förderungsmöglichkeiten.

Die Anstellungsbedingungen entsprechen den kantonalen Reglementen.

Bewerber/innen mit Schulerfahrung und HPS-Diplom, bzw. mit dem Interesse, dieses zu erwerben, reichen die üblichen Unterlagen an die Leitung des Schulheims, Fröhlichstraße 12, 5000 Aarau, ein.

Weitere Auskünfte erteilt gerne der Leiter, Herr G. Erne, Telefon 064 24 49 19.

Neubesetzung Bundesleitung Blauring

Wir sind ungefähr 25 000 Mädchen, Leiterinnen, Scharleiterinnen, Regionalleiter(innen) und Präsides, verteilt auf die ganze deutschsprachige Schweiz. Wir bilden zusammen den Schweizerischen Blauring.

Unsere Schwerpunkte sind: kirchliche Kinder- und Jugendarbeit, Freizeitgestaltung, Aus- und Weiterbildung der Leiterinnen.

Unser Ziel: Wir möchten uns im Miteinander entfalten und unser Leben als christliche Menschen gestalten.

In Luzern arbeitet unsere vollamtliche Bundesleitung, die Ideen gibt, koordiniert und uns nach außen vertritt.

Weil das jetzige Team nach der dreijährigen Aufbauphase im Laufe 1978 zurückzutreten gedacht, müssen wir auf Frühling 1978 (oder nach Vereinbarung) die Bundesleitung neu wählen und suchen deshalb

eine Bundesleiterin

eine Mitarbeiterin

einen Bundespräses (bisher vakant)

Wir erwarten von Ihnen: Erfahrung in der außerschulischen kirchlichen Jugendarbeit und eventuell Beziehung zum Blauring; die Bereitschaft, innerhalb der katholischen Kirche zu arbeiten; Kontaktfähigkeit, Selbständigkeit, verbunden mit Eignung zur Teamarbeit; Übernahme von Administrationsarbeiten.

Wir werden dafür sorgen, daß die Arbeit nicht langweilig, nicht stundenplanmäßig, dafür aber sehr vielfältig und interessant sein wird.

Wir bieten: persönliche Weiterbildungsmöglichkeiten, Supervision, zeitgemäße Entlohnung, Pensionskasse.

Wer an einer solchen Aufgabe interessiert ist, bitten wir, baldmöglichst, jedoch bis spätestens 28. Februar 1978, mit unserer Präsidentin, die auch gerne für weitere Auskünfte zur Verfügung steht, Kontakt aufzunehmen:

Frau Ruth Hautle-Stillhart, Kirchgasse 10, 8733 Eschenbach, Telefon 055 86 15 18.

beschäftigt sich die neueste Forschung vor allem mit dem Erwerb und der Entwicklung von Realitätskonzepten bei starken Fernsehnutzern, die mit der gesellschaftlichen Realität nicht übereinstimmen, zu falschen Ansichten führen und als Vorurteile unter Umständen zu unangemessenem und schädlichem Verhalten führen.

Neben der Informationsfunktion sind es aber vor allem die *sozialen und emotionalen Funktionen* des Fernsehens, die in jüngster Zeit verstärkte wissenschaftliche Anstrengungen auf sich ziehen. Damit sind verschiedene soziale Bedürfnisse gemeint, die das Fernsehen befriedigt: die Identifikation mit Fernsehfiguren als Freunde, die einen in bestimmten Situationen trösten, Medieninhalte als Gegenstände, über die man mit Kameraden sprechen kann, bestimmte Sendungen, die Prestige und Achtung verleihen, wenn man sie sehen darf, Spezialkenntnisse über Sendungen und Schauspieler, die einem Freunde verschaffen und die sozialen Kontakte erleichtern, Sendungen, die einem persönliche Probleme mit der Schule oder mit den Eltern vergessen lassen. All dies sollte man auch oder vor allem im Auge behalten, wenn man über die Wirkungen des Fernsehens spricht.

Kommen wir zum Schluß unserer knappen tour d'horizon der aktuellen Medienforschung. Sie sollte verdeutlichen, daß wir von jenen Ansätzen und jenem Denken wegkommen müssen, die zu zeigen versuchen, welche Wirkungen ein bestimmter Fernseinhinhalt auf ein bestimmtes Kind hat. Wir müssen versuchen, das gesamte komplexe Sozialisationsgeschehen in den verschiedenen Kontexten in den Griff zu bekommen, in die das Fernsehen eingebettet ist, und wie es durch diese oder gegen diese über seine Inhalte auf die Kinder einwirkt. Die Forschung muß sich viel stärker als dies bisher geschehen ist mit der immer komplexer werdenden kommunikationalen Umwelt befassen, in die das Kind hineinwächst und hineingestellt ist, mit der es umzugehen lernen muß im Sinne der größtmöglichen kreativen Nutzung und Beherrschung.

Weiterführende Literatur

Ronneberger Franz (ed.): Sozialisation durch Massenkommunikation. F. Enke, Stuttgart, 1971. Fernsehen und Sozialisationsprozesse in der Familie. In: *Fernsehen und Bildung*. Jahrgang 9, 1975. *Brown Ray*: Children and Television. Collier Macmillan, London, 1976. *Roberts D. F.*: Communication and Children: A Developmental Approach. In: *Handbook of Communication*. Rand McNally, Chicago, 1973.

exemple pour les activités artistiques et créatrices, comme si l'adolescent se demandait inconsciemment s'il avait réellement le droit de faire quelque chose qui lui fasse fondamentalement plaisir. On trouve généralement des sentiments de culpabilité liés au sentiment et à la notion de plaisir. Ce n'est que lorsque l'adolescent aura pu surmonter ce conflit intérieur que son «identité scolaire» sera déterminée.

De même, ce conflit entre les instances personnelles affectera la capacité relationnelle d'un adolescent avec ses professeurs. En pleine «crise surmoïque», il préférera un professeur exigeant, voire rude; dans la phase du rejet du surmoi, il cherchera plutôt à faire plaisir à un professeur qu'il trouve avant tout sympathique et affectueux.

b) Dans le conflit entre les images parentales, l'adolescent prend conscience que la réalité extérieure était vécue par lui jusqu'ici plutôt à travers les images intérieurisées de son père et de la mère qu'à travers ses propres perceptions. Pour trouver son autonomie psychologique, il éprouvera donc le besoin d'entrer en conflit avec ses parents et parfois de les mettre en conflit l'un par rapport à l'autre (surtout si la relation conjugale n'est pas très solide ou si le complexe d'Oedipe est encore mal résolu). C'est l'âge de l'acquisition, brutale ou progressive, de l'autonomie dans toutes sortes de domaines: le choix des études et du travail (ou du non-travail) scolaire, le choix de ses fréquentations, de son mode de loisirs et de sorties, le choix d'un style vestimentaire mais aussi le choix de ses idées, de ses convictions que ce soit dans le domaine morale, religieux, ou social et politique. Cette période qui se caractérise par des possibilités de changements, qui le plus souvent effraient des parents pourtant bien avertis, peut se dérouler positivement si les parents comprennent le sens et le but de ces changements qui s'opèrent chez leur fils ou leur fille et s'ils en facilitent le processus. Dans le cas contraire où les parents retiennent trop cette libération, l'adolescent se sentira infantilisé, ce

Affectivité et rendements scolaires

Dr Charles Mottier

a) *Théorie des 3 instances* (Freud):

Surmoi = Instances morales, influences sociales et éducatives (principes, interdictions, ordres). Joue le rôle de censeur.

Moi = expériences propres à l'individu au contact avec la réalité.

Ça = pulsions, instincts, désirs.

Cette théorie est à approcher de la théorie de Platon: le veilleur (= le Moi) exécute les ordres du maître (= le Surmoi) en même temps qu'il dompte les esclaves (= le ça).

L'adolescent va passer une période de désordres bien caractérisés,

passant d'un extrême à l'autre, où nous assisterons tantôt à des attitudes dominées par le Surmoi, tantôt à des comportements de soumission au ça (par exemple un adolescent peut passer de fortes impressions voluptueuses à des aspirations soudaines à la pureté, à l'ascétisme).

Dans le développement et la détermination des goûts et préférences scolaires des adolescents, nous assistons souvent au même processus: on verra des adolescents osciller entre des matières très différentes, tantôt vécues sur le «mode surmoïque», tantôt sur un mode pulsionnel ou passionnel. C'est très fréquent par