

Das alltägliche Medium

Über die Rolle des Fernsehens im Haushalt

Lothar Mikos



Noch weit entfernt vom Alltagsmedium:
öffentliche Fernsehvorführung im Berliner
Stadtspark, 1951.



Fernsehen ist unbestreitbar das Leitmedium der Gesellschaft, auch oder trotz der jüngsten Euphorie über das Internet. Die Vollversorgung der bundesdeutschen Haushalte mit mindestens einem Fernsehgerät ist nahezu erreicht. Nach einer Statistik des Norddeutschen Rundfunks (NDR) gab es am 31. Dezember 1999 insgesamt 34.716.960 angemeldete Fernsehgeräte in Deutschland¹. Davon standen nicht unerheblich wenige in Kinder- und Jugendzimmern. Immerhin 29 % der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren besaßen 1999 ein eigenes Gerät². Die Fernseher stehen natürlich nicht nur einfach in den Wohnungen herum, sondern sie werden auch benutzt. Die Bundesbürger sahen 1999 durchschnittlich 198 Minuten fern, in den neuen Bundesländern gar 220 Minuten³. In der frei verfügbaren Zeit, die die Menschen in diesem Lande daheim verbringen, ist Fernsehen neben Schlafen die zeitintensivste Tätigkeit. Das war zwar bereits in den siebziger Jahren so, doch mit der Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der achtziger Jahre und der starken Programmvermehrung in den neunziger Jahren wurde Fernsehen noch bedeutsamer.

So ist es kein Wunder, wenn das Medium und seine Nutzer seit den achtziger Jahren auch zunehmend zum Gegenstand wissenschaftlicher Betrachtung wurden. Insbesondere durch die von den Landesmedienanstalten geförderte Forschung nahm die Zahl der Studien, die das Fernsehen zum Gegenstand hatten, zu. Im Mittelpunkt der Untersuchungen stand zunächst die Frage, wie sich die Programmvermehrung auf das Nutzungsverhalten auswirkt. Zwei Projekte der Begleitforschung zu den Kabelpilotprojekten in Dortmund und Berlin widmeten sich diesem Aspekt. Während sich das Berliner Projekt allgemein mit dem Kommunikationsverhalten auseinander setzte, fokussierte sich das nordrhein-westfälische Projekt auf die Familie als Untersuchungseinheit zur Fernsehnutzung und folgte damit einem Trend in der medienpädagogisch orientierten Forschung⁴. Dort wurde bereits das Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen sowie der Medienkonsum in der Familie untersucht⁵. Dabei spielte das Fernsehverhalten von Kindern zwar eine wichtige Rolle, es wurde jedoch nur vereinzelt explizit in eigenen Studien thematisiert⁶. Damit stand die Forschung in Deutsch-

Anmerkungen:

1
Media Perspektiven, Heft 4, 2000, S. 190.

2
Feierabend, S./Simon, E.:
Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung 1999 von Drei- bis 13-Jährigen. In: Media Perspektiven, Heft 4, 2000, S. 159–170, hier S. 159.

3
Darschin, W./Kayser, S.:
Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Programmbeurteilungen 1999. In: Media Perspektiven, Heft 4, 2000, S. 146–158, hier S. 146.

4
Schmidt, C./Bruns, C./Schöwer, C./Seeger, C.:
Endstation Seh-Sucht? Kommunikationsverhalten und neue Medientechniken. Ergebnisse der Begleitforschung der Evangelischen Kirche zum Kabelpilotprojekt Berlin. Stuttgart 1989.
Hurrelmann, B./Possberg, H./Nowitzky, K.:
Familie und erweitertes Medienangebot. Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund. Düsseldorf 1988.

5

Exempl.:

Charlton, M./Neumann, K.: *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse der strukturanalytischen Rezeptionsforschung – mit fünf Falldarstellungen.* München/Weinheim 1986.

Fritz, A.: *Die Familie in der Rezeptions-situation. Grundlagen zu einem Situationskonzept für die Fernseh- und Familienforschung.* München 1984.

Rogge, J.-U.: *Medienalltag in Familien – Ein Projektbericht.* In: B. Bachmair/ E. Mohn/S. Müller-Doohm (Hrsg.): *Qualitative Medien- und Kommunikationsforschung. Werkstattberichte.* Kassel 1985, S. 47–68.

Rogge, J.U./Jensen, K.: *Über den Umgang mit Medien in Familien. Betrachtungen über alte Probleme und neue Belastungen im Alltag.* In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B3, S. 11–25.

Als Überblick:

Barthelmes, J./Sander, E.: *Familie und Medien. Forschungsergebnisse und kommentierte Auswahlbibliographie.* München 1990.

6

Bachmair, B.: *Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen.* Kassel 1984.

7

Exempl.:

Lull, J. (Hrsg.): *World Families Watch Television.* Newbury Park u. a. 1988.

Lull, J.: *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences.* London/New York 1990.

Morley, D.: *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure.* London 1986.

land nicht allein, sondern auch im angloamerikanischen Bereich war die Familie ins Zentrum des Interesses gerückt⁷. In den neunziger Jahren setzte sich das Interesse am Medienverhalten und dem Medienkonsum in Familien fort, zugleich konzentrierten sich zahlreiche Untersuchungen vermehrt auf die Fernsehnutzung durch Kinder und wie diese das Medium in ihren Alltag integrieren.⁸ All diese Untersuchungen machten deutlich, wie sehr sich der Gebrauch des Fernsehens seit den fünfziger Jahren geändert hat. War das damals neue Medium noch ein Ereignis in der häuslichen Freizeitgestaltung, wurde es immer mehr zu einem Alltagsmedium, das sich bis heute zu einem Nebenbei-Medium entwickelte.

All diese Studien haben wichtige Erkenntnisse zur alltäglichen Nutzung des Fernsehens geliefert, von den Funktionen innerhalb der häuslichen Kommunikation bis hin zur Rolle bei der Identitätsentwicklung von Kindern. Dennoch haftet ihnen ein Makel an: Sie sind synchron, d. h., sie erhoben die Daten zur Fernsehnutzung zu einem bestimmten Zeitpunkt. Letztlich geben sie damit ‚nur‘ über den alltäglichen Gebrauch des Fernsehens zu einem bestimmten historischen Zeitpunkt Aufschluss, auch wenn zahlreiche Ergebnisse Strukturen und Bedingungen der Fernsichtkommunikation ausmachen, die allgemeine Gültigkeit beanspruchen können. Vor dem Hintergrund der Erkenntnis, dass das Medium Fernsehen gerade aufgrund seiner allgemeinen Verfügbarkeit in (fast) jedem Haushalt auch eine große Bedeutung für den gesellschaftlichen Wandel hat, haben diese Studien dann doch nur eine begrenzte Aussagekraft. Denn darüber, wie sich die Fernsehnutzung in den letzten Jahren verändert hat, lassen sich kaum Aussagen treffen – es sei denn, man vergleicht die Ergebnisse der verschiedenen Studien aus verschiedenen Zeiten miteinander. Aber selbst dann ließen sich nur grobe Strukturen entdecken, denn zu unterschiedlich war die methodische Herangehensweise, zu unterschiedlich die untersuchten Bevölkerungsgruppen. So genannte diachrone Studien oder Längsschnittuntersuchungen, die dieselben Familien oder Einzelpersonen über einen längeren Zeitraum studieren, sind selten beziehungsweise die große Ausnahme. Allgemein auf die Mediennutzung bezogen wurde in Deutschland lediglich eine Untersuchung

zu den *Medienerfahrungen von Jugendlichen in Familie und Peer-Group* am Deutschen Jugend Institut in München durchgeführt⁹. Dabei wurden 22 Mädchen und Jungen im Alter von 13 bis 18 Jahren sowie deren Eltern wiederholt befragt. In der Studie konnte gezeigt werden, welche Rolle die Medien in den verschiedenen Altersstufen der Jugendlichen spielen und wie sich der Medienumgang veränderte. Die Forscher stellten dazu fest: „Wer jedoch den Alltag von heutigen Familien genauer anschaut, wird beobachten, dass Jugendliche auf vielfältige Weise mit den Medi-



„Die Welt in deinem Heim“ – Barschrank mit Fernseher von 1953 als Exklusiv-Möbel.

en umgehen und dadurch jeweils spezifische Medienerfahrungen vor dem Hintergrund ihrer Alltags- und Lebenssituation machen“¹⁰.

Nun ist in Großbritannien erstmals eine Langzeitstudie zum Leben mit dem Fernsehen erschienen.¹¹ Das British Film Institute untersuchte zunächst 509 Personen über einen Zeitraum von fünf Jahren (1991–1996), von denen im Verlauf der Studie einige absprangen, so dass zum Ende des Projekts noch 427 Personen dabei waren. Die Teilnehmer mussten dreimal pro Jahr ein Fernsehstagebuch ausfüllen und zusätzliche Fragen des For-

scherteams beantworten. Es wurde versucht, die Teilnehmer an der Studie so auszuwählen, dass sie repräsentativ für die britische Bevölkerung waren – zumindest was Alter und Geschlecht anbelangte, Schicht und ethnische Zugehörigkeit wurden nicht berücksichtigt. Das gelang nur in den Altersgruppen zwischen 16 und 64 Jahren. Die unter Sechzehnjährigen waren in der Studie im Vergleich zur Gesamtbevölkerung unterrepräsentiert, die über Fünfundsechzigjährigen überrepräsentiert. Die Bezugsgröße war nicht mehr wie in früheren deutschen und britischen Studien



8

Exempl.:

Aufenanger, St.:

Kinder im Fernsehen – Familien beim Fernsehen. München u. a. 1993.

Hurrelmann, B./Hammer, M./Stelberg, K.:

Familienmitglied Fernsehen. Fernsehgebrauch und Probleme der Fernseherziehung in verschiedenen Familienformen. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, Bd. 20. Opladen 1996.

Kübler, H.-D./**Swoboda, W.:**

Wenn die Kleinen fernsehen. Die Bedeutung des Fernsehens in der Lebenswelt von Vorschulkindern. Berlin 1998.

LfR:

Das Fernsehen im Alltag von Kindern. Informationen für die Medienerziehung in Kindergarten und Grundschule. Düsseldorf 1991.

Als Überblick:

Löhr, P./Schmidbauer, M./**Hagemeister, R.:**

Kinder und Fernsehen. Eine Bibliographie deutschsprachiger Forschungsliteratur 1985–1999. München 1999.

9

Barthelmes, J./Sander, E.:

Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-Jährige. München 1997.

10

Ebd., S. 16.

11

Gauntlett, D./Hill, A.:

TV Living. Television, Culture and Everyday Life. London/New York 1999.

die Familie, sondern der Haushalt. Das hat gegenüber Familien den Vorteil, dass nicht nur die Beziehungen der Familienmitglieder untereinander und die daraus resultierenden Kommunikations- und Interaktionsstrukturen als relevant für den häuslichen Umgang mit dem Fernsehen erachtet werden, sondern auch die materielle und ökonomische Ausstattung eines Haushalts, die den Fernsehkonsum erst möglich macht.¹² Ferner hat der gesellschaftliche Wandel in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts die Haushaltsstrukturen entscheidend verändert. Zwar nimmt die klassische Kleinfamilie immer noch einen relativ großen Stellenwert ein, doch haben sich auch zahlreiche andere Haushaltsformen etabliert: Ein-Personen-Haushalte, Alleinerziehende, nicht eheliche Lebensgemeinschaften hetero- oder homosexueller Paare sowie Wohngemeinschaften. Sie alle wurden in der britischen Studie berücksichtigt.

Die britische Studie förderte zahlreiche Ergebnisse zutage, die auch bereits aus anderen Studien bekannt sind, z. B. die Tatsache, dass die Menschen ihren Alltag mit Hilfe des Fernsehens und seines Programmschemas strukturieren und die Fernsehnutzung in ihre alltägliche Routine integrieren.¹³ Darüber hinaus erlaubt sie aber auch Einblicke über feste Strukturen der Fernsehnutzung, die sich über Jahre (in diesem Falle fünf Jahre) nicht verändern. So fanden die Forscher u. a. heraus, dass das Interesse an Nachrichtensendungen bei jungen Erwachsenen vor allem von den Mustern der generellen Fernsehnutzung in der Familie beeinflusst ist und sich die Nutzung von Nachrichtensendungen hauptsächlich zu den Essenszeiten vollzieht.¹⁴ Zugleich ändert sich das Interesse an Nachrichtensendungen bei den jungen Erwachsenen zusammen mit der Änderung ihrer generellen Geschmacksvorlieben. Die Art und Weise, wie Fernsehen in das Alltagsleben integriert werden kann, hängt auch davon ab, wo der Fernseher in den Haushalten steht. 90 % hatten das Gerät im Wohnzimmer stehen, 8 % im Esszimmer, 19 % in der Küche und 36 % im Schlafzimmer. In 10 % der Haushalte mit zwei Erwachsenenschlafzimmern gab es in jedem dieser Zimmer einen Fernseher, in 7 % der Haushalte gab es einen Fernseher im Kinderzimmer und in weiteren 4 % gar zwei Geräte in den Kinderzimmern. Hinzu kamen überraschende Ergebnisse, z. B. dass es kaum ge-

schlechtsspezifische Unterschiede in der Fernsehnutzung gab, ja selbst Männer sich als ausgewiesene Soap-Fans outeten.¹⁵ Die Autoren schließen daraus, dass sich die Geschlechter in ihren Nutzungsgewohnheiten angenähert haben, weil die Eigenschaften und Verhaltensweisen, die den einzelnen Geschlechtern zugeschrieben werden, fließender geworden seien.

Interessanter als diese generellen Einsichten in die alltägliche Fernsehnutzung sind die Ergebnisse, die sich mit dem Wandel der Fernsehgewohnheiten und der Fernsehnutzung befassen. Dabei sind drei Arten von Änderungen zu unterscheiden: a) die sich aus einem Bruch oder Wandel im Leben der Menschen ergeben, b) die sich aus den technologischen und medienpolitischen Veränderungen der Fernsehlandschaft ergeben, und c) die sich aus veränderten Haltungen und Einstellungen zum Fernsehen ergeben. In der Studie wurde deutlich, wie groß der Einfluss von Umzügen, Ehescheidungen, Studienabschlüssen, Arbeitslosigkeit etc. auf die täglichen Fernsehgewohnheiten ist.¹⁶ Das betrifft nicht nur die alltägliche Routine, sondern auch die Zuwendung zu bestimmten Inhalten. Schließlich ist nicht jede Sendung dazu geeignet, Trost zu spenden oder von Sorgen abzulenken. In den Untersuchungszeitraum der Studie fiel die endgültige Durchsetzung der Videorekorder in den Haushalten sowie die Verbreitung von Fernsehen über Kabel und Satellit¹⁷. Überraschendes Ergebnis: Die Fernsehnutzung ändert sich auch durch die Vermehrung von Programmen und die andere Art der Verbreitung nicht wesentlich. Die Videorekorder dagegen gestatten den Menschen mehr Verfügbarkeit über ihre Freizeit, da die Möglichkeit besteht, unabhängig von den Programmstrukturen der Sender einzelne Programme aufzuzeichnen und sie sich später anzuschauen. Der Rekorder ist ebenfalls zu einem Alltagsmedium geworden. Zugleich schälten sich unterschiedliche Nutzungsgewohnheiten heraus: Da gab es die Sammler, die ein Archiv mit ihren Lieblingsfilmen anlegten, aber auch die Nutzer, die aufgezeichnete Sendungen sofort nach dem Ansehen wieder löschten.

Die Autoren widmen ein ganzes Kapitel der Darstellung ihrer Ergebnisse dem Thema Gewaltdarstellungen im Fernsehen sowie der Einstellung der Personen zu Sex und Nacktheit und dem, was im Englischen so schön

12

Vgl.

Mikos, L.:

Das Publikum und seine soziale Strukturiertheit. Zu Morleys Kategorie des „Haushalts“. In: *Montage/AV*, 6, 1, 1997, S. 89–96.

13**Barthelmes, J./Sander, E.:**

A.a.O., S. 186ff.

Mikos, L.:

Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. Berlin/München 1994, S. 27ff.

Silverstone, R.:

Television and Everyday Life. London/New York 1994, S. 24ff.

14**Gauntlett, D./Hill, A.:**

TV Living. Television, Culture and Everyday Life. London/New York 1999, S. 69ff.

15

Ebd., S. 209ff.

16

Ebd., S. 79ff.

17

Ebd., S. 141ff.

18

Ebd., S. 260.

19

Ebd., S. 267.

20

Ebd., S. 268.

21

Ebd., S. 281.

bad language heißt. Dabei zeigte sich weniger, dass es durchgehend dominante Haltungen gab, als vielmehr, dass sich die Meinungen der Zuschauer über die fünf Jahre der Untersuchung änderten. Gab es einerseits Personen, die zu Beginn der Untersuchung die Gewalt im Fernsehen für die Gewalt in der Gesellschaft verantwortlich machten und später differenziertere Positionen vertraten, so gab es genauso Personen, die zu Beginn der Studie liberale Positionen hinsichtlich des Verbots von Gewaltdarstellungen vertraten. Darüber hinaus wurde aber deutlich, dass fast alle Personen die öffentliche Diskussion über das Thema Gewalt und Medien bzw. Sex und Medien kannten und sich mit ihren eigenen Äußerungen mehr zu dieser Diskussion positionierten als zum Gegenstand selbst. Offensichtlich hing die Einschätzung, ob es einen Zusammenhang von Gewalt in den Medien und Gewalt in der Gesellschaft gibt, mehr von den öffentlich diskutierten Positionen ab, als dass die Teilnehmer der Studie selbst so einen Zusammenhang herstellten. Eine der Befragungen fand zehn Tage nach dem so genannten Dunblane-Massaker statt, bei dem ein Mann sechzehn Kinder erschossen hatte. In dem entsprechenden Tagebuch schrieben alle angesprochenen 427 Personen über Gewalt in den Medien, aber nur fünf Personen bezogen sich auch auf das Dunblane-Massaker.¹⁸ Das war umso überraschender, als die Teilnehmer der Studie sehr oft konkrete Beispiele benutzten, um ihre Meinung über die Akzeptanz oder Nicht-Akzeptanz von Mediengewalt darzustellen.¹⁹ Außerdem zeigte sich, dass die Zuschauer sehr komplexe und teilweise gegensätzliche Ansichten über Gewalt in den Medien hatten. Einige Personen lehnten Mediengewalt ab, guckten aber gerne Krimis, in denen Gewalt vorkommt, wieder andere forderten weniger Gewalt in den Medien, beklagten sich aber gleichzeitig über den Mangel an Realismus in Fernsehdramen.²⁰ Generell konnten die Autoren feststellen, dass die Zuschauer keine einfachen Lösungen für dieses „Problem“ sahen und es vor allem schwierig fanden, eine klare Trennlinie zwischen akzeptabler und nicht akzeptabler Gewalt in den Medien zu ziehen.²¹ Insgesamt zeigte sich in der Studie jedoch, dass die Menschen in der Lage waren, ihren Fernsehkonsum selbst zu regulieren und in ihre alltägliche Routine zu integrieren.

Dieser letzte Befund zeigt, dass eine übertriebene Sorge um die Fernsehzuschauer, die zu vermeintlich willenlosen Opfern der Sender und ihrer Strategien werden, größtenteils unbegründet scheint. Einschränkend fügen die Autoren an, dass die meisten befragten Personen aus der Mittelschicht stammten. Dennoch hat die Untersuchung gezeigt, wie sehr das Fernsehen Bestandteil des Alltagslebens geworden ist und wie eigenmächtig die Menschen mit dem und gegenüber dem Medium handeln. Fernsehen wird benutzt, wenn es in den eigenen Alltag und dessen Gewohnheiten passt. Ähnliche Untersuchungen in Deutschland würden wahrscheinlich nur unwesentlich andere Ergebnisse zeitigen. Auch wenn die Studie tiefe Einblicke in den Fernsehalltag der britischen Mittelklasse bietet, wirft sie doch auch zahlreiche Fragen auf, die in Großbritannien wie auch hierzulande der Beantwortung harren: Warum haben die Zuschauer ein schlechtes Gewissen, je mehr sie fernsehen? Welche Auswirkungen hat es, dass die Nachrichten vorwiegend beim Essen konsumiert werden? Haben sich die Geschlechter in ihren Fernsehgewohnheiten nicht nur in der Mittelklasse aneinander angeglichen? Macht es einen Unterschied, wenn die Zuschauer im Wohnzimmer oder im Schlafzimmer schauen? Diese kleine Auswahl zeigt, wie viele Fragen noch offen sind, auch wenn das Fernsehen bereits ein alltägliches Medium geworden ist.

Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF), Potsdam-Babelsberg.



Flächendeckende Versorgung der bundesdeutschen Haushalte heute: Fernsehnutzung ist in die alltägliche Routine integriert.