

Familiäre Fernsehnutzung

Zusammen sieht es sich manchmal besser fern

In seinen Anfangsjahren brachte das Fernsehen Menschen zusammen: Man traf sich in den privilegierten Wohnstuben der stolzen Besitzer eines teuren Empfangsgerätes und zelebrierte nicht selten ein soziales Event, das über familiäre Grenzen hinaus reichte. Mit zunehmender Verbreitung (die Empfangsgeräte wurden erschwinglich) und seriellen Programmangeboten, die bei groß und klein auf Interesse trafen, wurde der Fernseher gewissermaßen zu einem neuen Familienmitglied und prägte mehr und mehr das Freizeitverhalten in den Familien – eine Entwicklung, die in Ost- und Westdeutschland zu beobachten war und bis in die 80er-Jahre hinein andauerte.

Mit dem Aufkommen der Privatsender differenzierte sich das deutsche Fernsehprogramm weiter aus: Viele Angebote der Vollprogramme und der neu hinzu gekommenen Spartenkanäle (Musikfernsehen, Kinderkanäle, Nachrichtensender, Sportkanäle etc.) richteten sich an spezielle Zielgruppen. Unterstützt von der verbesserten Fernsehausstattung in den Haushalten mit Zweit- und Drittgeräten wurde Fernsehen nicht nur eine Nebenbei-, sondern auch eine Individualbeschäftigung, von Erwachsenen wie von Kindern. Ende der 2000er-Jahre hatten bereits zwei von fünf Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren und die meisten Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren ein eigenes Fernsehgerät. Mit zunehmendem Alter schätzen sie es auch, alleine fernzusehen (vgl. MPFS 2009).

In den letzten Jahren nutzten die Eltern und ihre Kinder das Fernsehen die meiste Zeit am Tag alleine. Das gemeinsame Fernsehen ist in den fast über 8 Millionen Familienhaushalten Deutschlands aber noch immer weit verbreitet und erfüllt für die Menschen wichtige Funktionen. Die Eltern schätzen daran vor allem, dass die Familie so näher zusammen gebracht wird und das gemeinsam Gesehene eine Verbundenheit schafft und das Zusammengehörigkeitsgefühl stärkt. Gemeinsames Fernsehen wird so zur Gemeinsamkeit in Familienbeziehungen (vgl. Mikos / Töpfer 2009). Den Kindern ist wichtig, Zeit mit ihren Eltern zu verbringen. Beim gemeinsamen Fernsehen teilen sie mit ihren Eltern gemeinsame Interessen (z. B. an Sport, Musik, Unterhaltung) und erleben ein gemeinschaftliches Vergnügen (v. a. durch Rituale und Familienevents bei Fernsehhighlights). Und sie genießen die Nähe (z. B. Kuseln und Unterstützung bei überfordernden Inhalten), die Leckereien auf dem Couchtisch und auch das gemeinsame Gestalten der Fernsehsituation (Auswahl des Films etc.) (vgl. Götz u. Holler 2009).

Gemeinsam wird in den Familien vor allem in der Zeitschiene nach 18.00 Uhr und am Hauptgerät im Haushalt ferngesehen. Die Wochenenden haben nach wie vor eine besondere Bedeutung. Inhaltlich steht das Kinderprogramm im Mittelpunkt (v. a. die Angebote des KiKA). Der Klassiker Sandmännchen fügt sich in den Haushalten mit kleineren Kindern noch immer perfekt in die familiären Alltagsrituale ein. Beliebt bei der familiären Fernsehnutzung sind darüber hinaus Kino- und Spielfilme für die ganze Familie, Fernsehserien (z. B. die Daily Soaps, die vor allem bei Müttern/Töchtern beliebt sind), die großen Fernsehshows der Primetime (z. B. Casting- und Quizshows) und Fernsehübertragungen von Großereignissen (z. B. von Spielen der Fußball-EM/WM, die vor allem bei Vätern/Söhnen beliebt sind) (vgl. Hofmann 2009).

Quellen

Götz, Maja / Holler, Andrea 2009: „Da lacht man einfach besser.“ Sehen Kinder lieber allein oder gemeinsam mit der Familie fern? In: TelevIZlon 22/2009/1, S. 19-21.

Hofmann, Ole 2009: Die Hits der Familien. Was sehen Familien gemeinsam? In: TelevIZlon 22/2009/1, S. 16-18.

Mikos, Lothar / Töpfer, Claudia 2009: Erfolgreiche Familienformate. Analyse von Wetten, dass...?, DSDS und Sportsendungen. In: TelevIZlon 22/2009/1, S. 39-43.

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) 2009: KIM-Studie 2008. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. Stuttgart: MPFS.

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) 2009: JIM-Studie 2009. Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Stuttgart: MPFS.

weitere Informationen

Grunddaten Kinder und Medien 2020:

http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grunddaten_Kinder_u_Medien.pdf

TelevIZlon:

http://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/publikation/televizion/22_2009_1/hofmann.pdf

(u. a. Grafik zur gemeinsamen und alleinigen Fernsehnutzung von 3- bis 13-Jährigen und ihren Eltern im Tagesverlauf – Jahresdurchschnitt 2008)