

Ergebnisse zum Thema „Umgang von Heranwachsenden mit Musiksendern“

1. Das Anliegen der Befragung

Musik spielt im Alltagsleben von Heranwachsenden eine zentrale Rolle. Sie dient als Unterhaltungsmedium, um sich zu entspannen oder den Problemen des Alltags zu entfliehen, als Hintergrundmedium oder als Ausdrucksmittel für eigene Stimmungen und Gefühle. Musik wird von den Heranwachsenden auch zur Bildung des eigenen Geschmacks, oft in Abgrenzung zur Erwachsenenwelt, genutzt. Die Ausbildung der eigenen Identität kann mit Musik befördert werden. Musikstile können die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Gruppe, mit jeweils eigenem Lebensstil, Regeln und Symbolen bedeuten. In diesem Umfeld sind die Musiksender für Heranwachsende von großer Bedeutung: Hier haben sie die Möglichkeit, sich über diverse Stile, Trends und Stars zu informieren. Dass Jugendliche diesen Sendern besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen, ist bekannt¹, ob und inwiefern das auch für Kinder gilt, wurde bisher kaum untersucht. Hinweise darauf, dass auch schon Kinder Musiksender rezipieren, gaben andere FLIMMO-Befragungen, in denen die Fernsehnutzung der Kinder insgesamt abgefragt wurde.

Aus diesem Grund hat FLIMMO 104 Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 8 und 16 Jahren zum Thema Musiksender befragt. Thematisiert wurden die Sender MTV und VIVA sowie deren „Ableger“ MTV2 POP und VIVA PLUS. Letztere werden von den Befragten allerdings deutlich weniger wahrgenommen und genutzt.

Neben den Musikclips wird in diesen Sendern eine breite Palette von inhaltlichen Angeboten präsentiert: Magazine, Talkshows, Comedyshow, Realityshows, Zeichentrickserien etc. Da zum einen einige dieser Angebote immer wieder in die öffentliche Diskussion geraten (z. B. *Jackass*²), zum anderen – so ist anzunehmen – Orientierung bieten, wurde der Schwerpunkt der Befragung auf diese Angebote gelegt.

Als ein erstes Ergebnis hat sich gezeigt, dass schon Kinder ab 8 Jahren Musiksender nutzen, vornehmlich allerdings, um Musikclips anzusehen. Diese Altersgruppe nutzt die Musiksender vor allem gemeinsam mit älteren Geschwistern, Freunden oder auch den Eltern. Bei den 8- bis 10-Jährigen beginnt aber auch schon das Interesse an Informationen rund um die Musikszene (z. B. *MTV News*). Andere Themen, wie Liebesbeziehungen (*DisMissed*) oder provokante Humor-Sendungen (z. B. *Jackass*, *fleischmann.tv* u. a.), stehen bei den älteren Heranwachsenden ab 11 Jahren im Zentrum des Interesses. Während sich ein Teil der Mädchen und Jungen mit solchen Angeboten gut unterhalten fühlt, stehen andere diesen Sendungen mit großer Ablehnung gegenüber.

1 U.a. Schmidbauer, M./Löhr, P.: Das Programm für Jugendliche: Musikvideos in MTV Europe und VIVA. *Television*, 9/1996, S. 6-32.

2 Siehe Anhang 1: Dort findet sich eine exemplarische Auflistung verschiedener Sendungen mit Inhaltserläuterungen. Manche Sendungen, die im Zeitraum der Befragung gelaufen sind, sind nicht mehr im Programm, da sich das Angebot der Musiksender zum Teil sehr schnell ändert. Viele der neuen Sendungen sind aber in Inhalt und Format vergleichbar mit den hier vorkommenden Programmen.

2 Zur Methode der Befragung

Es wurden Kinder und Jugendliche zwischen 8 und 16 Jahren in einem Face-to-face-Interview mit Hilfe eines halbstandardisierten Fragebogens (s. Anhang 2) befragt. Zur Überprüfung des Fragebogensdesigns wurde ein Pre-Test vorgeschaltet. Die Auswertung der geschlossenen Fragen erfolgte mit SPSS, Antworten auf offene Fragen wurden mit Tonträger aufgezeichnet und vollständig transkribiert. Die Befragung fand im Juli 2003 in Leipzig, München, Berlin, Augsburg und Hamburg statt.

Überblick über die Stichprobe

Insgesamt wurden n = 104 Kinder befragt. Davon sind 49 Jungen und 55 Mädchen, die sich nach Alter folgendermaßen verteilen:

Altersgruppe	Männlich	Weiblich	Gesamt
14 bis 16 Jahre	12	13	25
11 bis 13 Jahre	24	19	43
8 bis 10 Jahre	13	23	36
Gesamt	49	55	104

3 Die Ergebnisse der Befragung

3.1 Nutzung der Musiksender

Von den 104 befragten Kindern und Jugendlichen geben 89 an, Musiksender zu nutzen, lediglich 15 Kinder schalten nie MTV und Co. ein. Es zeigt sich, dass bereits 75 % der jüngsten Altersgruppe Musiksender nutzen. Diese Prozentzahl steigt im Altersverlauf kontinuierlich an, bei den über 13-Jährigen sind es 96 %. Auf die Frage, welche Musiksender sie nutzen, wird MTV von den meisten Heranwachsenden genannt (78 Nennungen). VIVA wird von 69 Kindern und Jugendlichen geguckt. Der Anteil der Heranwachsenden, die sich die „Ablegersender“ MTV2 POP und VIVA PLUS ansehen, ist mit Abstand geringer (vgl. Abb. 1).³

³ Aufgrund der geringen Akzeptanz der „Ablegersender“ MTV2 POP und VIVA PLUS bei den Befragten, wurden die Heranwachsenden ausschließlich zu den Sendungen der beiden Hauptsender MTV und VIVA befragt.

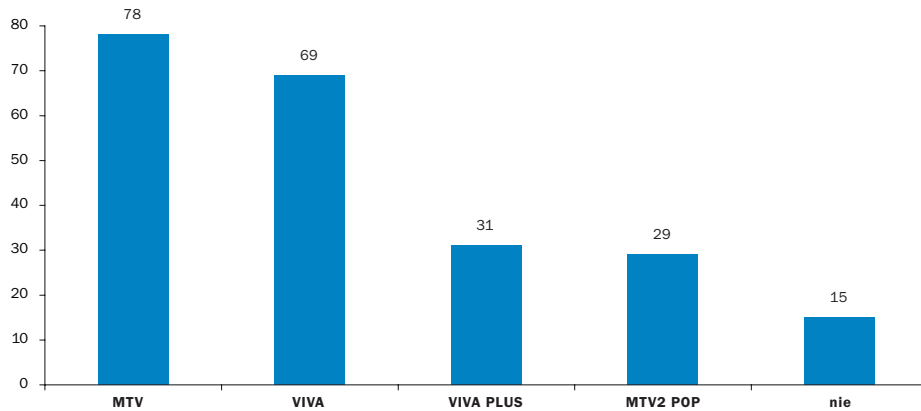


Abb. 1: Nutzung Musiksender, n = 104, Mehrfachnennungen möglich

Bei der Nutzung der Musiksender durch die Geschlechter wird deutlich, dass MTV und VIVA sowohl bei den Mädchen als auch bei den Jungen in etwa gleich beliebt sind. VIVA PLUS und MTV2 POP werden allerdings von ungefähr doppelt so vielen Mädchen wie Jungen gesehen. Die Mädchen sind also insgesamt interessierter am Gesamtangebot der Musiksender und weniger auf die beiden Hauptsender fixiert (vgl. Abb. 2).

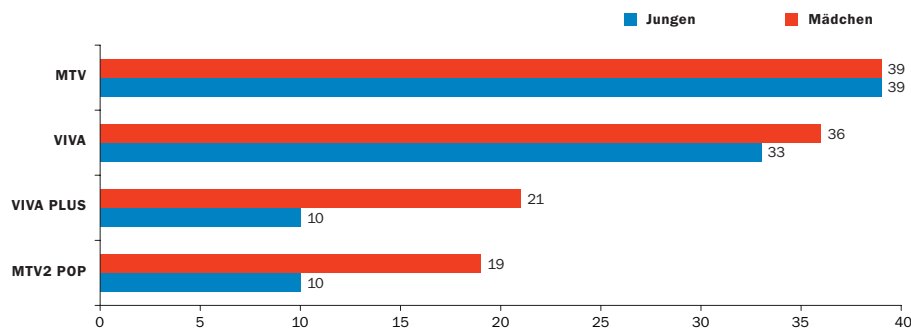


Abb. 2: Nutzung Musiksender nach Geschlecht, n = 89, Mehrfachnennungen möglich

3.2 Die Nutzungssituation

Am häufigsten werden die Musiksender alleine (75 %) gesehen, auch hier lässt sich kaum ein Unterschied zwischen Mädchen (78 %) und Jungen (72 %) feststellen. Nach Altersgruppen differenziert ergibt sich ein anderes Bild. Alle älteren Befragten schauen alleine MTV etc., während bei der jüngsten Altersgruppe die Nutzung vor allem gemeinsam mit anderen erfolgt. Und da werden vor allem die Geschwister (25 Nennungen) angegeben, wobei es insbesondere die 8- bis 10-Jährigen (13 Nennungen) sind, die diese Sender gemeinsam mit ihren älteren Geschwistern anschauen (vgl. Abb. 3).

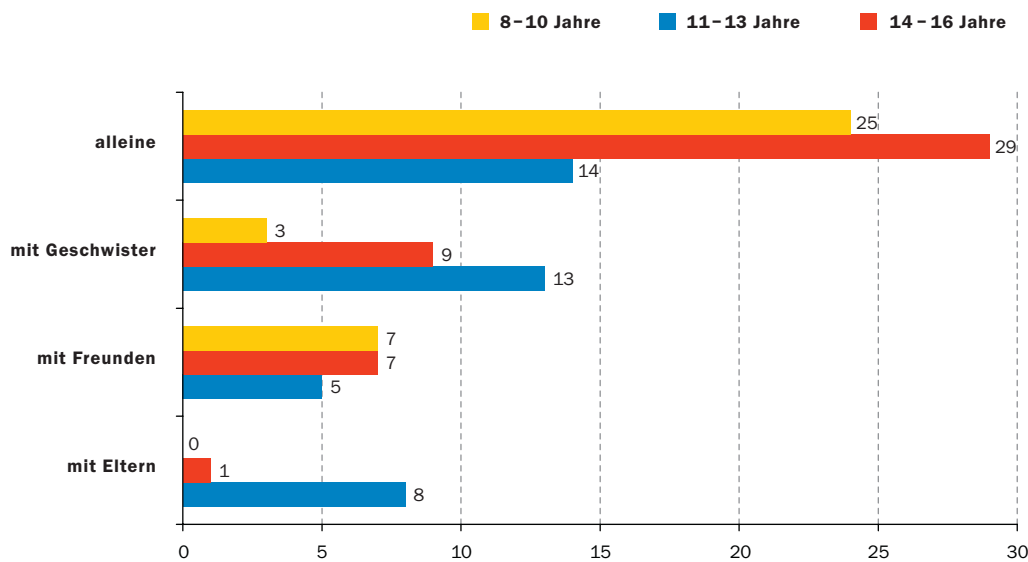


Abb. 3: Nutzungssituation nach Alter, n = 89, Mehrfachnennungen möglich

Die Nutzung mit Freunden gaben lediglich 19 der befragten Kinder und Jugendlichen an, bei etwas mehr Mädchen als Jungen trifft diese Situation der Nutzung zu. Bei den Ältesten steht die Möglichkeit mit Freunden Musiksender zu schauen im Vordergrund, sofern überhaupt mit anderen geguckt wird. Nur wenige Heranwachsende (9 Kinder) schalten gemeinsam mit ihren Eltern die Musiksender ein. Bei den 8- bis 10-Jährigen sind es zwar noch 8 Kinder, je älter die Kinder allerdings sind, desto weniger spielt diese Konstellation eine Rolle (vgl. Abb. 3).

3.3 Was kommt an? Bekanntes und Beliebt bei MTV und VIVA

3.3.1 Was ist bekannt?

Bei der Befragung wurde den Heranwachsenden pro Sender eine Liste mit jeweils 15 Sendungen vorgegeben. Lediglich 5 davon sind bei mindestens der Hälfte der MTV-Nutzer bekannt, bei VIVA sind es 6 Sendungen.

Auffällig ist, dass bei beiden Sendern jeweils ein Musikmagazin (*MTV News*, *Interaktiv*) am bekanntesten ist. Allerdings sind auch provokative Formate, „über die man spricht“, unter den Heranwachsenden offensichtlich gut bekannt: Wie zum Beispiel *Jackass* und die *Osbournes* auf MTV (s. Abb. 4) bzw. *South Park* und *fleischmann.tv* auf VIVA (vgl. Abb. 5).

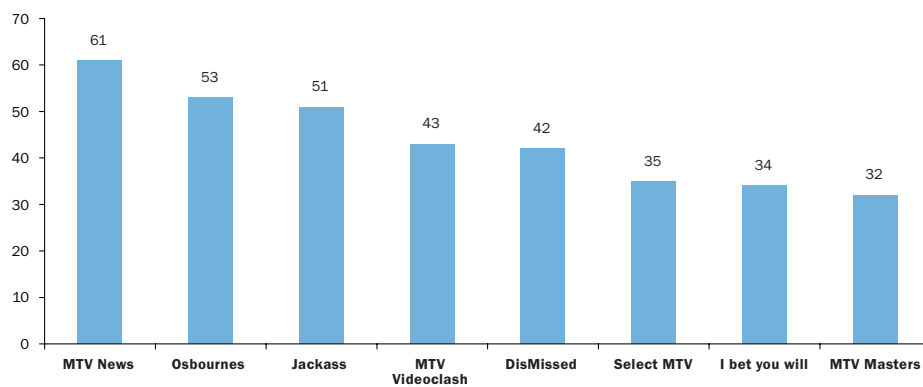


Abb. 4: Bekanntheit MTV-Sendungen, n = 78, Mehrfachnennungen möglich

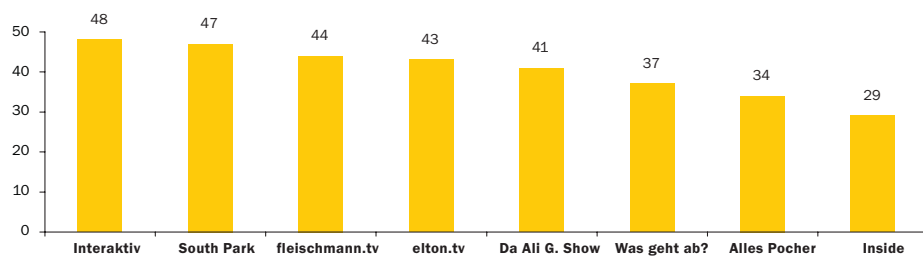


Abb. 5: Bekanntheit VIVA-Sendungen, n = 69, Mehrfachnennungen möglich

3.3.2 Was ist beliebt?

MTV

Die insgesamt beliebteste Sendung auf MTV ist *Jackass*: 44 Heranwachsende gaben an, diese Sendung zu mögen. Auf Platz 2 liegt *MTV Videoclash*, gefolgt von den *MTV News*, den *Osbournes* und *DisMissed* (vgl. Abb. 6).

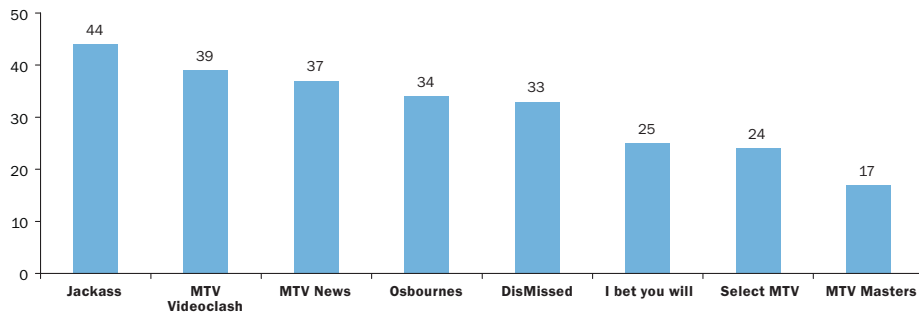


Abb. 6: Beliebte MTV-Sendungen, n = 78, Mehrfachnennungen möglich

Nach Geschlecht differenziert, zeigt sich, dass *Jackass* bei Mädchen und Jungen gleichermaßen beliebt ist. Des Weiteren an erster Stelle steht bei den Mädchen die Sendung *DisMissed*, die allerdings nur bei der Hälfte der Jungen auf Begeisterung trifft. Außerdem fällt auf, dass fast alle Magazinsendungen (*MTV Masters*, *Select MTV*, *MTV News*) bei den Mädchen mehr Fans haben als bei den Jungen. Bei den männlichen Heranwachsenden steht neben *Jackass* auch *MTV Videoclash* hoch im Kurs, danach folgen die *Osbournes* und *MTV News* (vgl. Abb. 7).

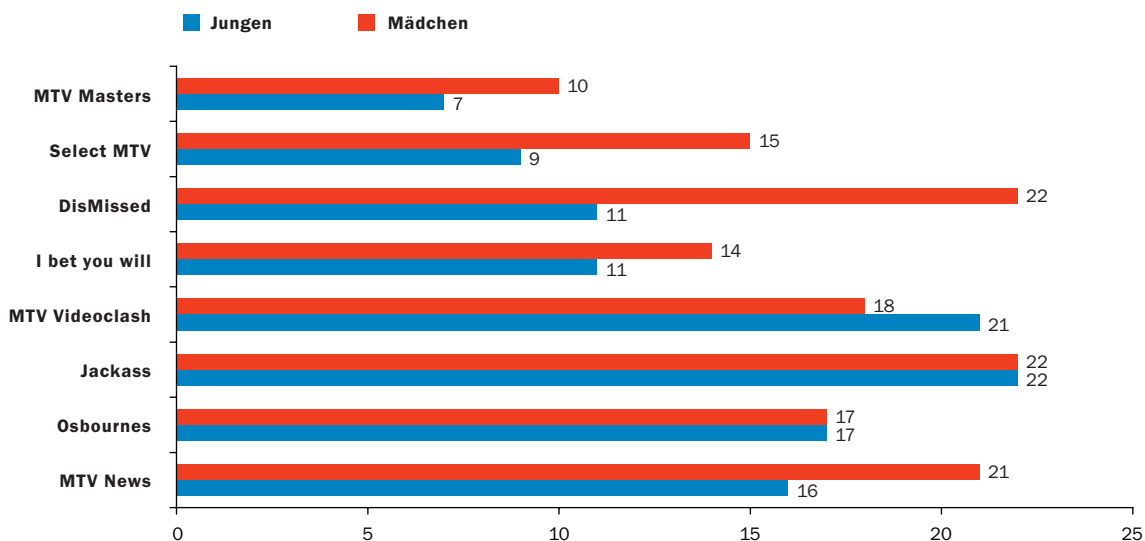


Abb. 7: Beliebte MTV-Sendungen nach Geschlecht, n = 78, Mehrfachnennungen möglich

VIVA

Beliebteste Sendung bei den VIVA-Nutzenden ist die Zeichentrickserie *South Park*. Auf Rang 2 folgt knapp dahinter *Interaktiv*. Mit *South Park* und *elton.tv* sind bei VIVA zwei humororientierte Sendungen auf den ersten drei Plätzen der Beliebtheitsskala der befragten Heranwachsenden zu finden (vgl. Abb. 8).

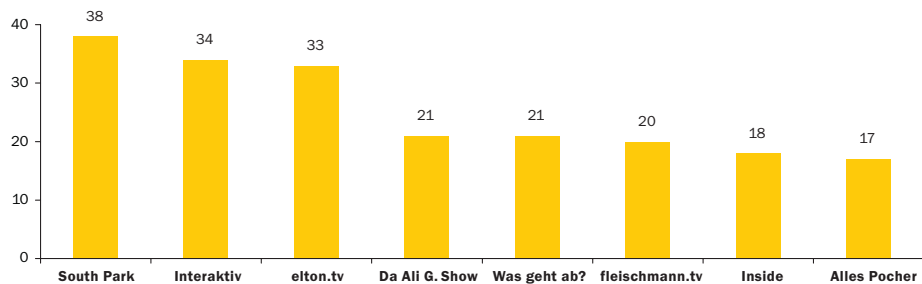


Abb. 8: Beliebte VIVA-Sendungen, n = 69, Mehrfachnennungen möglich

Unterschiede zwischen den Geschlechtern lassen sich bei den VIVA-Nutzenden vor allem bei *Interaktiv* feststellen. Diese Sendung ist bei den Mädchen am beliebtesten, die Zahl der Nennungen ist mehr als doppelt so hoch wie bei den Jungen. Auch bei VIVA bestätigt sich das Ergebnis, dass Magazinsendungen bei den Mädchen insgesamt besser ankommen als bei den Jungen (vgl. auch *Inside* und *Was geht ab?*). Die beliebteste Sendung der Jungen ist *South Park*, gefolgt von *elton.tv* und *Da Ali G. Show* (vgl. Abb. 9)

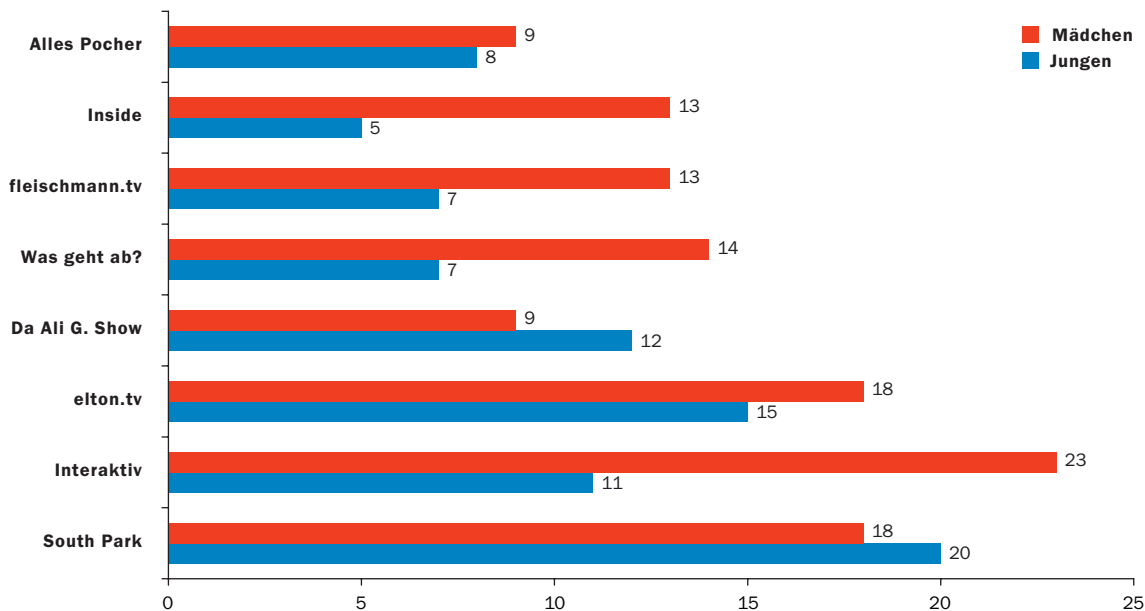


Abb. 9: Beliebte VIVA-Sendungen nach Geschlecht, n = 69, Mehrfachnennungen möglich

3.4 Motive für Akzeptanz bzw. Ablehnung genutzter Sendungen

Auffällig ist, dass bereits die jüngste Altersgruppe der Befragung, die 8- bis 10-Jährigen, einige Angebote der Musiksender relativ häufig nutzen. Vor allem die Videoclips haben es ihnen angetan. Auch wenn dieser Bereich in der Befragung eher randständig behandelt wurde, lässt sich doch festhalten, dass das Anschauen der Videoclips zur Entspannung, Unterhaltung oder schlicht zum Zeitvertreib vor allem von den jüngsten Befragten häufig genannt wurde. Eine 8-Jährige beschreibt, warum sie so gerne VIVA und MTV einschaltet: „Wegen der Videoclips. Die machen das schön und wenn es mir langweilig ist, dann brauche ich was zum anschauen.“ Neben den reinen Videoclips lassen sich einige der jüngeren Kinder gerne mit Magazinen rund um die Themen Musik, Szene und Stars unterhalten.

3.4.1 Allseits beliebt – Sendungen, die bei allen gut ankommen

Musik, Stars und Trends begeistern

Betrachtet man die Ergebnisse der Befragung im Hinblick auf Bekanntheit bzw. Beliebtheit von Sendungen über die beiden Sender hinweg, fällt auf, dass Musik- und Magazinsendungen wie *Was geht ab?*, *MTV News* oder *Inside* bei fast allen befragten Kindern und Jugendlichen über alle Altersgruppen hinweg bekannt und beliebt sind. Auf die Frage nach den Gründen für diese Begeisterung stehen die Themen, die in diesen Formaten behandelt werden, im Vordergrund. So stellt der 16-jährige Christian fest: „Da geht es um Mode und alles drum und dran und das finde ich immer cool und interessant.“ Der 12-jährigen Doris gefallen solche Sendungen, „weil da immer Stars hinkommen. Die erzählen über sich und dann kennt man die Stars näher.“ Im Vergleich zu den männlichen Heranwachsenden spielen für die weiblichen Heranwachsenden Magazinsendungen rund um die Themen Musik, Trends, Szene und Mode eine größere Rolle.

Besonders attraktiv: Interaktionsmöglichkeiten

Die Chance, das Programm selbst mitzubestimmen und sich mit Wünschen und Fragen einzubringen, ist ein besonderer Reiz von interaktiven Magazinen. Moderatorinnen und Moderatoren im Studio nehmen Musikwünsche von Zuschauern vor dem Bildschirm per Brief, Email, Fax oder Telefon entgegen und diskutieren mit ihnen und prominenten Gästen aus der Musik- und Unterhaltungsbranche über aktuelle Geschehnisse, Musik und Stars. Eine 12-Jährige: „Ich finde *Videoclash* gut, weil da meistens meine Lieblingssänger sind. Das ist einfach schön. Ich mag viele Stars und deshalb gucke ich das auch gerne.“ In Sendungen wie *Interaktiv* sind häufig Stars zu Gast, die die Mädchen und Jungen via Telefon selbst befragen können, was für einige einen besonderen Anreiz darstellt. Nadine (12 Jahre) schaut sich diese Sendung deshalb an, „weil da auch Stars kommen und ich rufe immer an, wenn B44 da ist.“

3.4.2 Zwischen Orientierung und Belustigung

Zweifelhafte Bilder von Frauen und Männern

Neben den oben bereits genannten Themen spielt bei den ab 11-Jährigen das Miteinander der Geschlechter eine wichtige Rolle. Besonders zentral ist dieses Thema in der

Sendung *DisMissed* (MTV), die bei deutlich mehr Mädchen als Jungen Gefallen findet. Dabei lassen sich zwei Gruppen von Heranwachsenden unterscheiden: Die einen, die sich *DisMissed* als interessantes und ernst zu nehmendes Anschauungsmaterial ansehen, und die anderen, die sich distanziert über den überzogenen und zum Teil herabwürdigenden Umgang der Kontrahenten amüsieren. Die 15-jährige Sabrina gehört zur ersten Gruppe: „Ja, ich finde das immer cool, denn manchmal gehen die ganz schön weit. Es ist irgendwie interessant, wenn man anderen zugucken kann und das mal so beobachtet.“ Auch der 12-jährige Stefan findet *DisMissed* gut, „weil du kannst da was lernen von den Männern und Frauen. Wie man mit Frauen umgehen kann, was man mit ihr alles machen kann.“

Melanie (16 Jahre) gehört zur zweiten, der kritischen Nutzergruppe. Bei ihr stellt sich angesichts der problematischen Geschlechter-Konstellationen Schadenfreude ein: „Ich mag das halt, wenn manche rausfliegen, wie sie sich immer blamieren und so.“ Die 15-jährige Daniela weiß ganz genau, dass sich Männer und Frauen in der Wirklichkeit anders verhalten und steht deshalb dem Spektakel amüsiert-distanziert gegenüber: „Ich finde es immer interessant, was für schwachsinnige Sachen die angeben, wieso die den gut finden und den nicht. Das ist immer ein bisschen unrealistisch, deshalb finde ich es lustig.“ Die gleichaltrige Susanne fällt ein ähnliches Urteil: „Was die Leute da immer anstellen, um den Typen oder die Frau rumzukriegen und wie die sich immer vollkeifen, das ist zwar total dämlich, aber ich finde es irgendwie lustig. Das wäre mir persönlich zu doof, aber ich gucke es gerne.“

3.4.3 Sendungen, die das junge Publikum spalten

Mit derbem „Humor“ warten Sendungen wie *Da Ali G. Show*, *fleischmann.tv* und *South Park* auf und provozieren damit gegensätzliche Meinungen unter den Heranwachsenden. Eine 12-Jährige kann sich zum Beispiel vor allem für *fleischmann.tv* begeistern: „Also der macht komische Sachen. Aber meine Eltern finden das nicht so toll, weil er eben so unverschämt ist. Der ist irgendwie voll witzig. Also meistens, wenn man da anruft, rülpst oder pupst der. Oder macht irgendwie Grimassen und Faxen und so. Oder kratzt sich irgendwie.“ Dass die Provokationen der Figur Fleischmann bei Eltern auf Ablehnung stößt, scheint der Begeisterung für diese Sendung keinen Abbruch zu tun, im Gegenteil. Wie stark eine Sendung wie *fleischmann.tv* die Gruppe der Heranwachsenden polarisiert, zeigt sich in den Angaben zu beliebten bzw. unbeliebten Formaten: 20 Heranwachsende finden diese Sendung gut, doch bei genau so vielen Befragten stößt *fleischmann.tv* auf Ablehnung.

Jackass erfreut sich großer Beliebtheit – auch bei den Mädchen

Die Sendung *Jackass*, die als besonders provozierendes Format von sich reden machte, ist von allen MTV-Sendungen sowohl bei den Jungen als auch bei den Mädchen am beliebtesten. Die Inszenierung dieser Sendung folgt den immer gleichen Ritualen: Eine Gruppe junger Leute filmt sich gegenseitig bei halsbrecherischen Stunts, absurden Mutproben, sadistischen Spielchen und ekelhaften Kotzeinlagen. Für zahlreiche Jugendliche – vor allem bei den über 14-Jährigen – macht genau diese Provokation den Reiz aus: „Eltern finden das nicht gut, also meine zumindest. Sie wollen nicht, dass ich auch so was mache und regen sich darüber auf. Ich finde es aber cool. Ich kann unterscheiden, ob es weh tut. Dann würde ich’s auch nicht machen“ (Johannes, 15 Jahre). *Jackass* ist

für den 16-jährigen Mario sogar die Lieblingssendung auf MTV, die Kritik vieler Erwachsener daran kann er nicht nachvollziehen: „Darüber wird sich ja tierisch aufgeregt, dass das jugendschädigend ist. Es gibt immer welche, die das nachmachen, das ist aber dann das Problem der Leute, die einfach nicht unterscheiden können, denn das sind ja professionelle Stuntmen, die das schon ihr Leben lang machen. Wenn das welche nachmachen müssen, dann müssen halt die Eltern besser kontrollieren, dass die Kinder so was nicht gucken. Das kommt spät genug, läuft ja nicht am Nachmittag wo jeder guckt.“ Dass sich auch Mädchen für solche Verrücktheiten interessieren und sich von Ekelhaftigkeiten und sinnlosen Mutproben nicht abschrecken lassen, ist erstaunlich. Bisher wurde die Begeisterung für solche Sendungen ausschließlich Jungen zugeschrieben. Zwar schauen mehr Jungen als Mädchen *Jackass* an, aber Mädchen und Jungen äußern sich gleichermaßen positiv dazu. So zum Beispiel die 15-jährige Alida: „Es ist einfach lustig, wie die sich zu Hampelmännern machen und die Stunts sind einfach der Hammer. So was überhaupt zu machen, das ist schon ganz schön krass.“

Kritik kommt nicht zu knapp

Kritiklos stehen die Befragten Sendungen wie *Jackass*, *fleischmann.tv* und anderen provokanten Formaten nicht gegenüber, im Gegenteil. Von den wenigen Befragten unter 11 Jahren, die solche Sendungen allerdings kennen, sind fast alle abgeschreckt statt amüsiert: „*South Park* gefällt mir nicht. Weil da auch oft was mit ‚Kopf ab‘ kommt. Und so mit Töten und so. Das mag ich nicht“, berichtet die 9-jährige Iris über diese Zeichentrickserie. Die 10-jährige Michael ist über Ekel-Sendungen wie *I bet you will* oder *Jackass* regelrecht entsetzt: „Da hat einer mal etwas gegessen, irgendwas Zusammengemixtes, und dann hat er es wieder rausgekotzt. Und dann hat er es wieder gekocht und wieder gegessen. Das war so ekelhaft.“ Aber auch in den Reihen der älteren Kinder finden sich zahlreiche Kritiker solcher Formate: Für den 12-jährigen Niklas gehen solche Sendungen eindeutig zu weit: „Wenn die sich gegenseitig gegen die Wand hauen und sich den Namen auf den Hintern tackern. Ich finde das doof, weil die sich da selbst weh tun sozusagen, um dann die anderen Leute zu unterhalten.“ Die Bedenken, dass ekelhafte oder halsbrecherische Aktionen, die in solchen Sendungen vorgeführt werden, Nachahmer finden, teilen einige Jugendliche: „Zum Beispiel in der Schule springen die im Sportunterricht gegen die Wand, weil die das nachmachen und weil die das auch machen wollen. Das ist schon krass“ (Lukas, 14 Jahre).

Aber auch Sendungen wie *fleischmann.tv* oder *Da Ali G. Show* sind für einen Großteil der Befragten keine gute Unterhaltung. Von „zu brutal“ über „eklig“ hin zu „sinnlos“ und „einfach bescheuert“ gehen die Aussagen. Die 13-jährige Tanja steht der Darstellung von Frauen in Sendungen wie *Da Ali G. Show* mehr als kritisch gegenüber: „Bei *Ali G.* kommen immer perverse Sachen. Da ist irgendwo eine Frau angekettet, die ist halbnackt und tanzt da rum. Das finde ich gar nicht toll.“ Ebenfalls bei Mädchen stößt die rüpelhafte Art bei *fleischmann.tv* auf starke Ablehnung. Für eine 15-Jährige ist die Figur Fleischmann unerträglich, „weil der eigentlich nur die Leute verarscht, die ihn anrufen. Und das finde ich nicht lustig.“ Auch der 16-jährige Benjamin lässt kein gutes Haar an der Sendung: „Schon die Grafik ist schlecht. Da rufen irgendwelche komischen Leute an und sagen irgendwas Komisches. Und zwischen den Videoclips redet der auch immer rein. Das ist total nervig.“

3.4.4 Anime – Ein Fall für Spezialisten

Für eine relativ kleine Gruppe von Heranwachsenden spielen vor allem die Anime-Angebote⁴ der Musiksender eine wichtige Rolle: Der 15-jährigen Sarah hat es vor allem die Serie *Cowboy Bebop* angetan: „Das ist cool, das Manga-Zeug. Ich bin eben ein Manga-Freak.“ Jessica (13 Jahre) zum Beispiel ist ein großer Fan von *Escaflowne* und beschreibt die Serie folgendermaßen: „Da ist so ein Mädchen, die kann die Zukunft vorhersagen und geht in eine andere Welt und so. Das mag ich eben.“ Der gleichaltrige Tom teilt ihre Leidenschaft für diese Sendung: „Die ist ziemlich gut gemacht, cool, auch dramatisch und traurig, so gemischt halt. Ist nichts für Kleine, so wie *Pokémon*. *Escaflowne* ist eine der besten.“

3.5 Der Umgang mit Musiksendern in der Familie

Etliche der befragten Kinder stoßen bei ihren Eltern auf wenig Verständnis, wenn es um ihre Vorlieben für die Musiksender geht. Enrico (12 Jahre) schaut sich mit Vorliebe *South Park* an, obwohl er weiß, dass seine Mutter nichts davon hält: „Ich finde das überhaupt nicht brutal. Meine Mutter sagt zwar, dass ich es nicht gucken darf, aber ich gucke es trotzdem heimlich. Diskussionen gibt es deswegen nicht, aber ich soll das halt ausmachen. Und dann mach ich das auch. Und dann schalte ich wieder ein.“

Für einen großen Teil der Eltern stellen die Musiksender scheinbar kein Problem dar. Der 12-jährige Stefan sagt zum Beispiel: „Das ist denen egal, was ich anschau.“ Genau wie bei der 13-jährigen Alida: „Meine Mutter interessiert sich nicht so dafür. Sie sagt, guck, was du willst, aber außer solche perversen Sachen. Das ist nicht gut, meint sie.“ „Die kommen ja nicht rein, wenn ich das angucke“, antwortet der 12-jährige Mike auf die Frage, was seine Eltern von den Musiksendern halten. Das ist – laut Aussage der Kinder und Jugendlichen – kein Einzelfall. Musiksender werden oftmals als harmloses Nebenbei-Medium der Mädchen und Jungen toleriert. Dass es da viel mehr zu sehen gibt als die neuesten Hits, ist vielen Erwachsenen nicht unbedingt geläufig. Dazu der 11-jährige Jakob: „Die gucken das nicht so oft an. Meine Eltern können das nicht beurteilen.“ Bei manchen Eltern geht die Akzeptanz so weit, dass gemeinsam MTV oder VIVA geschaut wird. Auf die Frage, wie ihre Eltern mit der Leidenschaft für VIVA umgehen, antwortet die 11-jährige Susa: „Kein Problem. Erlauben sie. Finden sie eigentlich ziemlich gut. Die gucken das sogar manchmal mit.“

4 Animes sind japanische Zeichentrickserien, die auf (gedruckten) Comicvorlagen – sog. Mangas – basieren.

4 Fazit

Die Tatsache, dass bereits Kinder ab 8 Jahren mit den inhaltlichen Angeboten der Musiksender in Berührung kommen und dass Kinder ab 11 Jahren oft gezielt auf solche Angebote zugreifen, scheint einigen Erwachsenen nicht bewusst zu sein. Neben den Vorlieben für Themen wie Musik, Stars und Trends stehen bei einigen älteren Kindern und Jugendlichen Sendungen im Zentrum des Interesses, die fragwürdige Beziehungsmuster, provokativen Humor sowie Werte- und Normverletzungen beinhalten. Dass Sendungen wie *Jackass*, die risikoreiches Verhalten als harmlosen Spaß hinstellen, auch von weiblichen Heranwachsenden positiv aufgenommen werden, ist eine überraschende Entwicklung, für die es an Erklärungen allerdings fehlt.

Die inhaltliche Analyse der verschiedenen Programmangebote der Musiksender ergibt, dass in Sendungen wie z. B. *DisMissed*, *Da Ali G. Show* und *fleischmann.tv* ein Welt- und Menschenbild präsentiert wird, das aus pädagogischer Sicht Heranwachsenden kaum zuträglich ist. Auch wenn viele Kinder und Jugendliche diesen Angeboten von sich aus kritisch gegenüberstehen, nehmen andere sie als „coole“ Unterhaltungs- oder Orientierungsangebote wahr. Das sollte Eltern bewusst sein, um gegebenenfalls Grenzen zu ziehen, statt die Musiksender als „Nebenbeimedia“ zu deklarieren und nicht weiter zu beachten. Ein generelles Verbot der Musiksender durch die Eltern erscheint allerdings wenig sinnvoll, da die Begeisterung der Heranwachsenden für „ihre“ Musik und Stars wichtige Funktionen erfüllen kann. Also heißt die Devise auch hier: Sich kundig machen, was die Kinder ansehen und darüber reden, was sie begeistert und bewegt.

Anhang 1

Das Angebot der Musiksender

Neben den Musikvideos sind auf MTV und VIVA Sendungen der folgenden Kategorien zu sehen (diese Auflistung versteht sich als exemplarische Auswahl ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

a) Magazine

Die Magazine liefern Hintergrundberichte zu Themen aus vielfältigen Bereichen der jugendlichen Lebenswelt wie Musik, Film, Sport, Medien, Mode oder Reisen. Dabei sind einzelne Beiträge entweder in eine Studio- oder Vorort-Moderation eingebettet oder komplett als Dokumentation gestaltet. Häufig werden innerhalb der Magazine Musikclips ausgestrahlt, wobei das Verhältnis zwischen redaktionellen Beiträgen und Clips stark variiert.

Beispiel: MTV Masters (MTV)

Jede Episode widmet sich einem prominenten Künstler bzw. einer Gruppe aus dem Musikgeschäft, manchmal auch einem übergreifenden Thema. Dazu wird durch Hintergrundinformationen und Interviews mit den entsprechenden Personen und deren Umfeld ihr Leben und ihre Karriere dokumentarisch aufbereitet. Es finden keine Unterbrechungen durch Videoclips statt.

Weitere Beispiele:

MTV: *MTV News, Travel'n Trend, Fett-MTV*

VIVA: *Was geht ab?, Inside, FACE IT!*

b) Interaktive Magazine

Hier haben die Zuschauerinnen und Zuschauer die Möglichkeit, per Brief, Email, Fax oder Telefon mit prominenten Gästen aus der Musik- und Unterhaltungsbranche über aktuelle Geschehnisse, Musik und Stars zu diskutieren, sich Musiktitel per SMS zu wünschen oder anderweitig auf das Geschehen in der Sendung Einfluss zu nehmen.

Beispiel: MTV Videoclash (MTV)

Jeweils zwei verschiedene Videoclips stehen zur Auswahl und können von den Zuschauern per SMS direkt auf den Bildschirm gewählt werden. Zusätzlich werden SMS-Grüße der Zuschauer eingeblendet.

Weitere Beispiele:

MTV: *Select MTV*

VIVA: *Interaktiv*

c) Comedyshows

In Comedyshows werden aktuelle Ereignisse, prominente Stars, aber auch Leute von der Straße und deren Verhalten meist scharfzünftig kommentiert. Häufig werden dazu von einem Moderator Gäste ins Studio eingeladen und hämische Beiträge, Sketche und (meist satirische) Interviews eingespielt.

Beispiel: fleischmann.tv (VIVA)

Comicfigur Fleischmann liefert sich mit anrufenden Zuschauern verbale Schlagabtausche und gibt ihnen dabei nicht selten ironische Ratschläge. Auch für die eingespielten Musikclips hat der rüpelhafte „Moderator“ meist spöttische Kommentare parat.

Weitere Beispiele:

MTV: *Unter Ulmen*

VIVA: *Alles Pocher, ... oder was?, Da Ali G. Show, elton.tv*

d) Animationsserien

Den Großteil der Zeichentrickserien bilden japanische Produktionen, sogenannte Animes. Sie spielen in phantastischen Welten und beinhalten meist übernatürliche Sagen-gestalten, wie Dämonen o.ä. Der Kampf von Gut gegen Böse steht hier häufig im Mittelpunkt der Handlung und ist in einer Art Endzeit-Utopie eingebettet. Daneben werden auf Musiksendern auch Knet- und Puppentrick-Serien ausgestrahlt, die sich meist durch überzogene Gewaltdarstellungen, schwarzen Humor und beißende Ironie auszeichnen.

Beispiel: Crank Yankers (VIVA)

Animierte Puppen stellen reale Telefongespräche zwischen Komikern und ahnungslosen „Normal-Bürgern“ nach. Die Gespräche sind häufig durch grenzwertige Themen, sexuelle Anspielungen und beleidigende Gesprächskultur geprägt. Die „Opfer“ werden dabei teilweise an ihre emotionalen Grenzen getrieben. Die Sendung wird im englischen Originalton mit deutschen Untertiteln ausgestrahlt.

Weitere Beispiele:

MTV: *Celebrity Deathmatch, Cowboy Bebop, Escaflowne*

VIVA: *South Park, Angel Sanctuary*

e) Reality-TV

Reality-TV-Sendungen liefern vermeintlich „authentische“ Bilder von Normal-Bürgern oder Prominenten. Diese werden dabei häufig in kompromittierenden Situationen oder Extremsituationen gezeigt, in die entweder freiwillig begeben, bei denen sie aber auch teilweise ohne eigenes Wissen gefilmt werden.

Beispiele: Jackass (MTV)

Junge Männer führen vor laufender Kamera Absurditäten und sinnlose, gefährliche Mutproben vor. Dies beinhaltet unter anderem Geschmacklosigkeiten, wie den Umgang mit Fäkalien. Auch tragen die Akteure häufig mehr oder weniger ernste Verletzungen von ihren sogenannten „Stunts“ davon. Der englische Originalton wird deutsch untertitelt.

Weitere Beispiele:

MTV: *DisMissed, The Osbournes, I bet you will, punk'd*