

22. September 2006

medien heft

Die Super Nannys und ihr Publikum

Ergebnisse einer Wiener Studie

Judith Arnold

Von Müttern stark beachtet und von Experten scharf kritisiert: Die Super Nanny hat in den Kinderstuben Einzug gehalten. Die einen sehen in den Fallstudien überforderter Familien wertvolle Erziehungstipps, die anderen eine Blossstellung der Betroffenen und eine Rückkehr zu überholten Erziehungsmethoden. Ein Forschungsprojekt des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien räumt mit alten Klischees auf und zeigt die Chancen und Schwachstellen des Formats.

Sie ist adrett gekleidet, macht ein ernstes Gesicht und gleitet an einem Regenschirm vom Himmel herab: Mary Poppins, die wundersame Zofe aus dem gleichnamigen Märchen, vermag mit einer Mischung aus übernatürlichen Kräften und erzieherischer Strenge die Bewunderung und Herzen der ungezogenen Kinder zu gewinnen. Ebenfalls aus England stammt die "Supernanny", ein TV-Format von Channel 4, das die Zuschauer allwöchentlich in den harten Erziehungsalltag überforderter Eltern führt. Ein Kamerateam begleitet die Familien von "Problemkindern" und zeigt schonungslos den täglichen Erziehungskampf. Bis schliesslich die Supernanny die Situation analysiert und den Familien hilft, ihre Erziehungsprobleme zu lösen. Aus quengelnden Bälgern werden folgsame Kinder und aus ohnmächtig brüllenden Alten werden einfühlsame und konsequente Eltern.

Und sie lebten glücklich...

Längst hat das englische Erfolgsformat auf dem Kontinent seine Nachahmer gefunden: Seit Herbst 2004 ist "Die Super Nanny" auf RTL und "Die Supermamas" auf RTL 2 im Einsatz. Und im März 2005 haben auf ATV Plus "Die Super Nannys" auch in österreichischen Kinderzimmern Einzug gehalten. Wie lange es dauern wird, bis auch das Schweizer Fernsehen eine Supernanny engagiert, darüber kann nur spekuliert werden. Sicher

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Charles Martig; Reformierte Medien, Urs Meier

Redaktion: Judith Arnold, Adresse: Medienheft, Badenerstrasse 69, Postfach, CH-8026 Zürich

Telefon: +41 44 299 33 11, Fax: +41 44 299 33 91, E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch

kostenloser Bezug via Internet oder Mailingliste; Bezug der Medienheft Dossiers (zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. Mwst. SFr. 30.-- (Ausland SFr. 35.--)

ist: Seit Monaten werden in der Sendung "Quer" hilfeschende Eltern aufgefordert, ihre Erziehungsprobleme der Redaktion anzuvertrauen (vgl. www.sf.tv/sf1/quer/archiv.php). Denn das TV-Format verspricht nicht nur Hilfe für gestresste Eltern, sondern auch Traumquoten für die Sender: RTL hat bereits im ersten Jahr einen Marktanteil von 25 Prozent erzielt und verzeichnet seither zwischen zwei bis vier Millionen Zuschauer. Und die "Supernanny" von Channel 4 hat dieses Jahr sogar den "Royal Television Society Award" gewonnen. Ende gut, alles gut, möchte man meinen. Doch die Supernannys sind in Fachkreisen umstritten.

Voyeuristisch und respektlos?

Bereits im Oktober 2004 wandte sich der Deutsche Kinderschutzbund mit einer kritischen Stellungnahme an die Öffentlichkeit. Demnach würde "Die Super Nanny" verhaltensauffällige Kinder einem schaulustigen Publikum zu Unterhaltungszwecken vorführen und damit in ihrer Würde und Selbstbestimmung verletzen. Überhaupt würden die Privatsphären der Familien zu wenig respektiert und auch Geschwister ungefragt in die Show einbezogen. Das Bild, das "Die Super Nanny" vermittele, sei zudem einseitig: Das "Problemkind" würde nur von seinen schlechten Seiten gezeigt und die Mütter in ihrer Kompetenz hinterfragt. Dabei fehle eine professionelle Abklärung des Problems und den Bedürfnissen des Kindes würde kaum Rechnung getragen. Im Gegenteil würden pauschale Rezepte angeboten und den Eltern ein autoritärer Erziehungsstil nahe gelegt. Gehorsamkeit und Disziplin stünden im Vordergrund, dabei seien die Erziehungserfolge nur von kurzer Dauer: Sind die Kameraleute erst einmal aus dem Haus, kehrten auch die alten Zustände wieder, ist Professor Daniel Süss, Medienpsychologe und Dozent an der Universität Zürich, überzeugt. Die Familien, die sich hilfeschend an der Sendung beteiligten und sich in der Öffentlichkeit exponierten, würden anschliessend wieder sich selbst überlassen und letztlich in ihrer Hoffnung auf eine Entspannung des Erziehungsalltags enttäuscht.

Zu einer ganz anderen Einschätzung kommt nun eine Studie, die am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien durchgeführt wurde. Das von Professor Jürgen Grimm geleitete Forschungsprojekt "TV-Super Nannys" hatte zum Ziel, nebst den kritischen auch die positiven Leistungen des TV-Formats zu ergründen.

Super Nanny ist keine Freakshow

Allem voran räumt die Studie mit dem Klischee auf, beim typischen Zuschauer der Super-Nanny-Shows handele es sich um einen Voyeur, der sich an den Verhaltensauffälligkeiten der Kinder und der Überforderung der Eltern schadenfreudig ergötzt. Im Gegenteil entspringt die Zuschauer motivation zumeist einem Orientierungs- und keinem Unterhaltungsbedürfnis, auch wenn Letzteres nicht fehlt. Der typische Zuschauer ist aber gemäss der Wiener Studie nicht auf Sensationen, sondern auf Orientierung aus. Es handelt sich zumeist um Frauen unter 30 Jahren mit niedrigem Einkommen und mindestens einem Kind. Diese Frauen erleben sich selbst in der Gesellschaft und Politik als ohnmächtige Aussenseiter und sehen in der Erziehungsaufgabe eine Möglichkeit, an der Zukunft gestaltend mitzuwirken. Sie wollen ihre Situation im Griff haben und ihre Durchsetzungsfähigkeit beweisen. Daher neigen sie auch eher zu einem autoritären Erziehungsstil und sind an Erziehungsfragen stark interessiert. Dass jedoch die Super-Nanny-Shows autoritäre Erziehungskonzepte fördern, konnte die Studie ebenfalls widerlegen.

Weder autoritär noch laissez-faire

Gemessen an den autoritären Überzeugungen der typischen Zuschauerin zeigen die Super-Nanny-Shows alternative Handlungsmöglichkeiten. Zwar stärken die Super Nannys primär das Durchsetzungsvermögen der gebeutelten Eltern und ermutigen sie, Strukturen vorzugeben und Grenzen zu setzen. Ebenfalls im Vordergrund steht aber die liebevolle Zuwendung zum Kind sowie das Aushandeln von Regeln unter Berücksichtigung seiner Bedürfnisse. Zwar gibt es länderspezifische Unterschiede und die "Supernanny" in Grossbritannien zeigt mehr autoritäre Züge als ihre Kolleginnen in Deutschland oder Österreich. Allerdings ist in Grossbritannien auch die "laissez-faire"-Haltung verbreiteter, worauf die "Supernanny" offenbar mit einer Bestärkung der elterlichen Durchsetzungskraft reagiert. Erziehungsgewalt aber lehnen alle Fernseh-Nannys kategorisch ab. Gemäss den Forschern der Wiener Studie könne also keine Rede davon sein, "dass das Nanny-TV kinderabträgliche oder gar menschenverachtende Verhaltensweisen befürwortet oder befördert, wie das teilweise in Presseberichten kolportiert wurde."

Keine Propagierung überholter Erziehungsmethoden

Bezeichnenderweise nimmt der typische Zuschauer die Erziehungsmethoden der Super Nannys als "demokratischer" wahr, als die eigenen, weshalb keine Verstärkung von autoritären Erziehungsmustern durch die Super-Nanny-Shows zu erwarten ist. Im Gegenteil könnten die Super Nannys darauf hinwirken, autoritären Eltern, die vorwiegend mit Einschüchterung und Bestrafung arbeiten, vermehrt "demokratische" Handlungsalternativen aufzuzeigen. Zudem wirke die Sendung gemäss der Wiener Studie einer falsch verstandenen "laissez-faire"-Haltung entgegen, indem sie Erziehungsprobleme ernst nimmt und aufzeigt, wie Eltern mit Zuwendung und Konsequenz auf das Verhalten ihrer Kinder positiven Einfluss nehmen können. Die Zuschauerinnen würden zudem keineswegs die Handlungsoptionen unhinterfragt übernehmen, sondern vor dem Hintergrund ihrer eigenen Lebenswelt auf ihre Tauglichkeit prüfen. Indem das TV-Format überhaupt Erziehungsthemen öffentlich aufgreift, würde zudem die Barriere gesenkt, bei Problemen fachkundige Hilfe zu suchen. Vor allem bei den einkommensschwachen Bevölkerungssegmenten, die über geringe Bildungsressourcen verfügen, könne Nanny-TV die Akzeptanz für Erziehungsberatung fördern.

Einseitige Sicht

Mit den Kritikern der Super Nannys geht die Studie ihrerseits kritisch ins Gericht: Demnach seien die Polemiken, die das Format "Prolo-TV" oder "Dummen Fernsehen" schimpfen, auf das Abgrenzungsbedürfnis einer Bildungselite zurückzuführen. Die Wiener Studie beseitigt aber keineswegs alle Einwände gegen die Super-Nanny-Shows. Besonders ein Befund lässt aufhorchen: Handlungsträger und Adressaten der Nanny-Ratschläge sind in 57 Prozent der untersuchten Sequenzen die Mütter und nur in knapp 20 Prozent die Väter. Auch wenn die Sendung die gesellschaftliche Realität widerspiegeln mag, in der die Hauptlast der Erziehungsarbeit von den jungen Frauen getragen wird, lasse die Super-Nanny-Show damit ein weiteres "demokratisierendes" Potential unausgeschöpft. Zwar sei die zielgruppenspezifische Ausrichtung auf das weibliche Publikum ein "quotentreibender Faktor", wie die Forscher der Wiener Studie bemerken. Das ökonomische Interesse der Sender würde hier aber der gesellschaftlichen Chance entgegenstehen, auch die Väter in ihrer Erziehungsrolle angemessen darzustellen und partnerschaftliche Lösungen aufzuzeigen.

medien heft

Judith Arnold ist Pädagogin, Medienwissenschaftlerin und Redaktorin des Medienhefts.

Die Studie "TV-Super Nannys" wurde durchgeführt von einer Forschungsgruppe am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien unter der Leitung von Prof. Dr. Jürgen Grimm.

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse befindet sich auf der Website des Forschungsprojekts "TV-Super Nannys": <http://www.tvsupernanny.at>.

Die Studie umfasst vier Teile: eine Länder vergleichende Analyse der Super Nanny-Sendungen in Grossbritannien (Channel 4), USA (ABC), Deutschland (RTL) und Österreich (ATV Plus), eine Online-Befragung von 1611 Zuschauer/-innen, Tiefeninterviews mit den österreichischen Super Nannys und Gruppendiskussionen mit Pädagoginnen und Psychologen sowie mit einigen durchschnittlichen Zuschauern und teilnehmenden Familien.

Ein ausführlicher Bericht kann für Euro 15 beim Sekretariat des Instituts angefordert werden: elisabeth.suchy@univie.ac.at.

Der Text befindet sich im Internet unter:
http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k26_ArnoldJudith.html