

# Attraktivität, Körperlichkeit und Beziehungsmodelle im TV –

Ergebnisse der FLIMMO-Kinderbefragung zu  
VIVA und MTV und pädagogische  
Konsequenzen



# Die Nutzung des Programmangebots



Rang	Gesehene Sendung	% der Befragten
1	Next	47 %
2	Desaster Date	34 %
3	Date my mom	29 %
4	Playboy Mansion	24 %
5	Exposed	22 %
6	A Shot of Love with Tila Tequila	20 %
7	Jackass	20 %
8	Made	20 %
9	The Fabulous Life	18 %
10	Bully Beatdown	15 %
11	Jersey Shore	13 %
12	Parental Control	12 %
13	The Hills	11 %
14	Homewrecker	9 %
15	Kendra	9 %

„Die erzählen ja was von sich. Das gefällt mir. Ob sie mit jemandem zusammen waren oder ob sie zum Beispiel Sex hatten.“

(Mädchen, 13, Next)



*Datingshow „Next“*

„Es gefällt mir daran, einfach mal so hinter die Kulissen zu gucken. Die kommen ja auch oft im Playboy, zeigen sie ja wie sie da fotografiert werden.“

(Mädchen, 13 Jahre)



*Playboy Mansion*

„Aber ich find's nicht so gut. Weil ich wollt das alles nicht so von mir preisgeben. Ich hab auch schon Stellen gesehen, da hab ich danach schon umgeschaltet [...] halt keine jugendfreien Stellen“

(Mädchen, 13, Tila Tequila)



*A Shot at Love with Tila Tequila*

„Es ist halt alles so gespielt und des merkt man ja auch. Alles, es ist echt einfach doof und dann sind die so fies. Und so ist es nicht, oder?“

(Mädchen, 14, zum Thema Datingshows)



*Date my Mom*

## **Zahlreiche Doku-Shows auf VIVA und MTV präsentieren ein verzerrtes Bild von Attraktivität, Körperlichkeit und Beziehungsmodellen:**

- Der attraktive Körper wird als Ware inszeniert (Playboy Mansion, America's Next Top Model)
- Shows propagieren unrealistische und stereotype Schönheitsideale
- Beziehungen werden als beliebig austauschbar dargestellt
- Einseitige Darstellung männlicher bzw. weiblicher Attribute
- Reduzierung auf Äußerlichkeiten, intellektuelle oder soziale Fähigkeiten spielen keine Rolle
- Wettbewerb um die Gunst von Partnern wird als Gesellschaftsspiel inszeniert
- Schadenfreude und Häme begleiten die Partnersuche



**Die Ergebnisse der Kinderbefragung belegen, dass Heranwachsende ab etwa 10 Jahren sich dem Programmangebot der Musiksender zuwenden.**

- Erhebliche Probleme sind zu erwarten, wenn die verzerrten Vorgaben bei Kindern und Jugendlichen ohne Korrektiv in der Realität bleiben.
- Deshalb muss die Medienrealität der Heranwachsenden ernst genommen werden und im pädagogischen Kontext aufgegriffen und bearbeitet werden.
- Eltern und andere Bezugspersonen müssen für die oben skizzierten Problemstellungen sensibilisiert werden.



## **Von Herzschmerz und anderen Geschichten: Beziehungs-Fotostory**

Zielgruppe: ab 12 Jahre

Zielsetzungen:

- gemeinsam eine eigene Geschichte visualisieren
- mediale Auseinandersetzung mit Beziehungen und Rollenbildern
- Erfahrungen im Umgang mit Kamera und Bildbearbeitungsprogramm sammeln

Mehr unter: [www.flimmo-fachportal.de/aktuelles](http://www.flimmo-fachportal.de/aktuelles)  
Schwerpunktthema



