

## INHALT

VORWORT .....	13
A EINLEITUNG .....	15
1 Das Forschungsfeld Kinder, Medien und Werte .....	15
1.1 Kinder und Fernsehen .....	15
1.2 Kinder und Moral .....	16
1.3 Werte und Medien .....	18
1.4 Medienethik und Werterziehung .....	19
1.5 Wertewandel und Wertebegriff .....	20
2 Methodisches Vorgehen .....	22
2.1 Methodik der Wertanalyse .....	22
2.1.1 Exkurs: Grundlagen der Mediensemiotik .....	25
2.1.2 Ermittlung von Werten unter dem mediensemiotischen Aspekt .....	27
2.1.3 Exkurs: Erzähltheoretische Grundlagen .....	28
2.1.4 Ermittlung von Werten auf der Grundlage erzähltheoretischer Ansätze .....	29
2.1.5 Die praktische Vorgehensweise bei der Beschreibung des Werteprofiles .....	30
2.2 Methodik der Befragung .....	33
B ANALYSE DER KINDERSENDUNGEN .....	34
3 Hosted Shows mit dem Schwerpunkt „Wissen und Kreativität“ ...	34
3.1 TIGERENTENCLUB .....	34
3.1.1 Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	34
3.1.2 Figurenkonstellation .....	34
3.1.3 Semantische Räume .....	36
3.1.4 Das Werteprofil .....	36
3.1.5 Primär relevante Werte .....	37
3.1.6. Negativ semantisierte Werte .....	39
3.1.7 Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität .....	39
3.2 TABALUGA TIVI .....	41
3.2.1 Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	41
3.2.2 Figurenkonstellation .....	41
3.2.3 Semantische Räume .....	43
3.2.4 Das Werteprofil .....	43
3.2.5 Primär relevante Werte .....	44

3.2.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte	45
3.2.7	Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität	45
<b>3.3</b>	<b>DISNEY CLUB</b>	<b>47</b>
3.3.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen	47
3.3.2	Figurenkonstellation	47
3.3.3	Semantische Räume	48
3.3.4	Das Werteprofil	49
3.3.5	Primär relevante Werte	49
3.3.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte	51
3.3.7	Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität	51
<b>3.4</b>	<b>LIVE@FIVE</b>	<b>54</b>
3.4.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen	54
3.4.2	Figurenkonstellation	54
3.4.3	Semantische Räume	57
3.4.4	Das Werteprofil	58
3.4.5	Primär relevante Werte	57
3.4.6	Negativ gesetzte Werte	60
3.4.7	Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität	60
<b>4</b>	<b>Hosted Shows mit dem Schwerpunkt „Spaß und Abwechslung“</b>	<b>63</b>
<b>4.1</b>	<b>LÖWENZAHN</b>	<b>63</b>
4.1.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen	63
4.1.2	Figurenkonstellation	63
4.1.3	Semantische Räume	64
4.1.4	Das Werteprofil	65
4.1.5	Primär relevante Werte	65
4.1.6	Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität	67
<b>4.2</b>	<b>SENDUNG MIT DER MAUS</b>	<b>69</b>
4.2.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen	69
4.2.2	Figurenkonstellation	69
4.2.3	Semantische Räume	71
4.2.4	Das Werteprofil	71
4.2.5	Primär relevante Werte	72
4.2.6	Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität	73
<b>4.3</b>	<b>SUPER, METTY!</b>	<b>76</b>
4.3.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen	76
4.3.2	Figurenkonstellation	76
4.3.3	Semantische Räume	77
4.3.4	Das Werteprofil	78
4.3.5	Primär relevante Werte	78
4.3.6	Darstellungsweise, Erzählform, Referenz auf Realität	79

<b>4.4</b>	<b>SESAMSTRASSE</b> .....	<b>.82</b>
4.4.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	82
4.4.2	Figurenkonstellation .....	82
4.4.3	Semantische Räume .....	84
4.4.4	Das Werteprofil .....	85
4.4.5	Primär relevante Werte .....	85
4.4.6	Erzählform, Darstellungsweise, Referenz auf Realität .....	87
<b>4.5</b>	<b>ART ATTACK</b> .....	<b>.89</b>
4.5.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	89
4.5.2	Figurenkonstellation .....	89
4.5.3	Semantische Räume .....	90
4.5.4	Das Werteprofil .....	91
4.5.5	Primär relevante Werte .....	91
4.5.6	Darstellungsweise, Referenz auf Realität .....	92
<b>5</b>	<b>Cartoons mit dem Schwerpunkt „Action in der phantastischen Welt“</b> .....	<b>.94</b>
<b>5.1</b>	<b>POKÉMON</b> .....	<b>.94</b>
5.1.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	94
5.1.2	Figurenkonstellation .....	94
5.1.3	Semantische Räume .....	97
5.1.4	Das Werteprofil .....	97
5.1.5	Primär relevante Werte .....	97
5.1.6	Stark ambivalent verhandelte Werte .....	99
5.1.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	99
<b>5.2</b>	<b>DIGIMON</b> .....	<b>.102</b>
5.2.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	102
5.2.2	Figurenkonstellation .....	102
5.2.3	Semantische Räume .....	106
5.2.4	Das Werteprofil .....	106
5.2.5	Primär relevante Werte .....	107
5.2.6	Stark ambivalent verhandelte Werte .....	108
5.2.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	109
<b>5.3</b>	<b>SAILOR MOON</b> .....	<b>.112</b>
5.3.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	112
5.3.2	Figurenkonstellation .....	112
5.3.3	Semantische Räume .....	115
5.3.4	Das Werteprofil .....	115
5.3.5	Primär relevante Werte .....	116
5.3.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte .....	118
5.3.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	119

<b>5.4</b>	<b>DRAGON BALL</b> .....	<b>121</b>
5.4.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	121
5.4.2	Figurenkonstellation .....	121
5.4.3	Semantische Räume .....	124
5.4.4	Das Werteprofil .....	125
5.4.5	Primär relevante Werte .....	125
5.4.6	Stark ambivalent verhandelte und stark negativ gesetzte Werte .....	126
5.4.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	127
<b>6</b>	<b>Cartoons mit dem Schwerpunkt</b> <b>„Alltagswelt mit menschlichen Helden“</b> .....	<b>129</b>
<b>6.1</b>	<b>PEPPER ANN</b> .....	<b>129</b>
6.1.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	129
6.1.2	Figurenkonstellation .....	129
6.1.3	Semantische Räume .....	131
6.1.4	Das Werteprofil .....	131
6.1.5	Primär relevante Werte .....	131
6.1.6	Erzählform und Referenz auf Realität .....	133
<b>6.2</b>	<b>DOUG</b> .....	<b>135</b>
6.2.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	135
6.2.2	Figurenkonstellation .....	135
6.2.3	Semantische Räume .....	137
6.2.4	Das Werteprofil .....	137
6.2.5	Primär relevante Werte .....	138
6.2.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte .....	140
6.2.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	140
<b>6.3</b>	<b>DISNEYS GROSSE PAUSE</b> .....	<b>143</b>
6.3.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	143
6.3.2	Figurenkonstellation .....	143
6.3.3	Semantische Räume .....	145
6.3.4	Das Werteprofil .....	145
6.3.5	Primär relevante Werte .....	145
6.3.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte .....	147
6.3.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	148
<b>7</b>	<b>Cartoons mit dem Schwerpunkt</b> <b>„Tierwelt mit anthropomorphisierten Helden“</b> .....	<b>150</b>
<b>7.1</b>	<b>101 DALMATINER</b> .....	<b>150</b>
7.1.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	150
7.1.2	Figurenkonstellation .....	150
7.1.3	Semantische Räume .....	152
7.1.4	Das Werteprofil .....	152

7.1.5	Primär relevante Werte .....	152
7.1.6	Negativ gesetzte Werte .....	154
7.1.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	155
<b>7.2</b>	<b>GOOFY UND MAX .....</b>	<b>157</b>
7.2.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	157
7.2.2	Figurenkonstellation .....	157
7.2.3	Semantische Räume .....	158
7.2.4	Das Werteprofil .....	159
7.2.5	Primär relevante Werte .....	159
7.2.6	Negativ gesetzte Werte .....	161
7.2.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	161
<b>7.3</b>	<b>KÄPT'N BALU .....</b>	<b>163</b>
7.3.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	163
7.3.2	Figurenkonstellation .....	163
7.3.3	Semantische Räume .....	165
7.3.4	Das Werteprofil .....	165
7.3.5	Primär relevante Werte .....	166
7.3.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte .....	168
7.3.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	168
<b>7.4</b>	<b>DER ROSAROTE PANTHER .....</b>	<b>170</b>
7.4.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	170
7.4.2	Figurenkonstellation .....	170
7.4.3	Semantische Räume .....	171
7.4.4	Das Werteprofil .....	171
7.4.5	Primär relevante Werte .....	172
7.4.6	Stark ambivalent verhandelte, stark negativ und negativ gesetzte Werte	173
7.4.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	174
<b>8</b>	<b>Cartoons mit dem Schwerpunkt „Abenteuerwelt mit menschlichen Helden“ .....</b>	<b>176</b>
<b>8.1</b>	<b>HERCULES .....</b>	<b>176</b>
8.1.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	176
8.1.2	Figurenkonstellation .....	176
8.1.3	Semantische Räume .....	177
8.1.4	Das Werteprofil .....	178
8.1.5	Primär relevante Werte .....	178
8.1.6	Stark ambivalent verhandelte und negativ gesetzte Werte .....	180
8.1.7	Erzählform und Referenz auf Realität .....	180
<b>8.2</b>	<b>ALADDIN .....</b>	<b>182</b>
8.2.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen .....	182
8.2.2	Figurenkonstellation .....	182

8.2.3	Semantische Räume	183
8.2.4	Das Werteprofil	184
8.2.5	Primär relevante Werte	184
8.2.6	Stark negativ bzw. negativ gesetzte Werte	186
8.2.7	Erzählform und Referenz auf Realität	186
<b>8.3</b>	<b>ARIELLE</b>	<b>188</b>
8.3.1	Produktionsdaten und weitere Sendungsinformationen	188
8.3.2	Figurenkonstellation	188
8.3.3	Semantische Räume	190
8.3.4	Das Werteprofil	190
8.3.5	Primär relevante Werte	190
8.3.6	Negativ gesetzte Werte	192
8.3.7	Erzählform und Referenz auf Realität	193
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung der Ergebnisse der Wertanalyse</b>	<b>195</b>
9.1	Primär bzw. sekundär relevante Werte	197
9.2	Ambivalent verhandelte oder negativ gesetzte Werte	198
9.3	Tendenziell eher unterrepräsentierte Werte	199
9.4	Wertanalyse der Einzelkategorien	199
9.4.1	Hosted Shows mit dem Schwerpunkt „Spaß und Abwechslung“	200
9.4.2	Hosted Shows mit dem Schwerpunkt „Wissen und Kreativität“	203
9.4.3	Cartoons mit dem Schwerpunkt „Action in der phantastischen Welt“	205
9.4.4	Cartoons mit dem Schwerpunkt „Alltagswelt mit menschlichen Helden“	208
9.4.5	Cartoons mit dem Schwerpunkt „Tierwelt mit anthropomorphisierten Helden“	210
9.4.6	Cartoons mit dem Schwerpunkt „Abenteuerwelt mit menschlichen Helden“	212
9.5	Relevanz von Werten in der Ich-Welt, Du-Welt und Gesellschaftswelt	214
<b>C</b>	<b>BEFRAGUNG ZUM WERTEVERSTÄNDNIS VON KINDERN</b>	<b>217</b>
<b>10</b>	<b>Ziel der Befragung und Auswahl der Kinder</b>	<b>217</b>
10.1	Fernsehkonsument aus Sicht der Kinder und Eltern	218
10.2	Gespräche zwischen Eltern und Kindern über Fernsehinhalte und Fernsehrestriktionen	219
10.3	Verhaltensweisen und Charaktereigenschaften, die Eltern sich für ihre Kinder wünschen	220
10.4	Die Lieblingssendungen der Kinder	220
10.5	Nutzung der Sendungen des Untersuchungskorpus	222

<b>10.6</b>	<b>Auswertung der Nacherzählungen und des anschließenden Interviews I</b>	<b>.224</b>
10.6.1	Die Geschichte „Der falsche Guru“	.225
10.6.2	Analyse der Nacherzählungen von „Der falsche Guru“	.227
10.6.3	Auswertung des anschließenden Interviews	.231
<b>10.7</b>	<b>Auswertung der Nacherzählungen und des anschließenden Interviews II</b>	<b>.234</b>
10.7.1	Das Geschehen in TABALUGA TIVI	.235
10.7.2	Analyse der Nacherzählungen von TABALUGA TIVI	.236
10.7.3	Auswertung des anschließenden Interviews	.237
<b>10.8</b>	<b>Fazit</b>	<b>.240</b>
<b>D</b>	<b>LEITFADEN FÜR ELTERN UND SCHULE</b>	<b>.241</b>
<b>11</b>	<b>Und die Moral von der Geschicht ...</b>	<b>.241</b>
<b>11.1</b>	<b>Der 10-Punkte-Leitfaden für Eltern und Interessierte</b>	<b>.242</b>
<b>11.2</b>	<b>Wie funktioniert der Leitfaden in der Praxis?</b>	<b>.244</b>
11.2.1	„Hups, der Ball ist weg“	.244
11.2.2	Die Fragen des Leitfadens, formuliert für den Comic	.246
11.2.3	Welche Werte werden durch die Bilder angesprochen?	.247
<b>11.3</b>	<b>Wie könnte man in der Schule über das Fernsehen auf Werte zu sprechen kommen?</b>	<b>.248</b>
<b>12</b>	<b>LITERATUR</b>	<b>.251</b>
<b>13</b>	<b>GRAPHISCHE ELEMENTE</b>	<b>.256</b>
<b>13.1</b>	<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>.256</b>
<b>13.2</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>.257</b>