

Payne Fund Studies

Die *Payne Fund Studies* wurden zwischen 1929 und 1932 durchgeführt (in acht Bänden publiziert 1933-35). Sie wurden von der privaten Payne-Stiftung finanziert und gelten als eine der ersten, bis heute wirksamen Film- bzw. Medienwirkungsstudien. Man arbeitete mit einer Analyse von 1.500 Filmen der Jahre 1929-30, um inhaltliche Kategorien gewinnen zu können, mit denen man Lerneffekte ebenso wie Einstellungsmodifikationen erfassen konnte (im Wesentlichen beschränkt auf zehn erkennbare Genrequalitäten wie *crime, sex, love, mystery, war, children, history, travel, comedy* und *social propaganda*); die Publika wurden mit Hilfe soziodemographischer Daten differenziert; es wurden Fragebögen eingesetzt, Fallstudien gehörten zum Instrumentarium ebenso wie einzelne Interviews; außerdem wurde auch physiologische Messungen zurückgegriffen. Im Zentrum stand immer die Frage, welchen negativen Einfluss das Kino auf die Einstellungen und Affekte von Kindern und jungen Männern hat. Seit ihrer Veröffentlichung wurden die Studien methodisch kritisiert, weil sie die formale und inhaltliche Analyse der verwendeten Filme unterschlagen hätten; zudem sei unthematisiert geblieben, dass die festgestellte höhere Aggressivität der Probanden eher der Schichtzugehörigkeit als mit den Filmen in Verbindung stehen könnten. Im amerikanischen Medien- und Moraldiskurs ihrer Zeit spielten sie allerdings eine gewichtige Rolle und wurden in der Begründung des Hays-Code und in der Kritik am Hollywood vor dem Code, aber auch in anderen bewahrpädagogischen Kontexten instrumentalisiert.

Literatur: Anderson, Mark Lynn: Taking Liberties: The Payne Fund Studies and the Creation of the Media Expert. In: *Inventing film studies*. Ed. by Lee Grieveson & Haidee Wasson. Durham [...]: Duke University Press 2008, S. 38-65. – Jowett, Garth S. / Jarvie, Ian C. / Fuller, Kathryn H.: *Children and the Movies: Media Influence and the Payne Fund Controversy*. New York: Cambridge University Press 1996. – Lowery, Shearon A. / DeFleur, Melvin L.: *Milestones in mass communication research media effects*. New York [...] Longman 1995, bes. ch.2, S. 21-44.

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/p:paynefundstudies-8818>

Last update: **2015/09/01 21:49**

