

# **KINDER AN DIE FERNBEDIENUNG**

**Konzepte und Kontroversen zum  
Kinderfilm und Kinderfernsehen**

**Herausgegeben von  
Joachim von Gottberg, Lothar Mikos  
und Dieter Wiedemann**



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Kinder an die Fernbedienung** : Konzepte und Kontroversen zum  
Kinderfilm und Kinderfernsehen / hrsg. von Joachim von Gottberg  
... - Berlin : VISTAS, 1997  
ISBN 3-89158-191-2

Copyright © 1997 by  
VISTAS Verlag GmbH  
Bismarckstraße 84  
D - 10627 Berlin  
Tel.: 030/312 45 66  
Fax: 030/312 62 34

Alle Rechte vorbehalten  
ISBN 3-89158-191-2

Redaktion/Layout: Annette Friedmann und Claudia Jungholt  
unter Mitarbeit von Ulrich Nußbeck  
Fotos: Bernhard Wiessner  
Umschlaggestaltung: kontur GbR, Berlin  
Titelfoto: Schlange vor Beginn der Kinderkinovorstellung,  
Luisen-Kino, Berlin-Mitte 1910  
Foto: Otto Haeckel  
Fotonachweis: Archiv für Kunst und Geschichte, Berlin  
Druck: WB-Druck, Rieden am Förgensee

# Inhalt

Vorwort der Herausgeber.....	9
------------------------------	---

## **Kinder und Medien - Annäherungen**

<i>Dieter Baacke</i>	
Kevin, Wayne und andere: Kinder und ästhetische Erfahrung .....	13
<i>Dieter Wiedemann</i>	
Kinder an die Fernbedienung! - Plädoyer für ein neues Verständnis von Kinderfilm und Kinderfernsehen .....	33
<i>Lothar Mikos</i>	
Medienkindheiten - Aufwachsen in der Multimediagesellschaft .....	51

## **Kinder als Zielgruppe - Spartenkanäle und Kinderkino**

<i>Dieter Wiedemann</i>	
Einleitung.....	73

### **Der Kinderkanal - Anspruch und Widerspruch**

<i>Tilman P. Gangloff</i>	
Olle Kamellen in der Wundertüte - Der Kinderkanal legt sich ins gemachte Bett und profitiert von der Nostalgie der Eltern.....	75
<i>Uwe Rosenbaum</i>	
Der Kinderkanal: Anspruch - ja, Widerspruch - nein! .....	83
<i>Albert Schäfer</i>	
Kinderfernsehen für die Großmutter? - Warum Kinder ein eigenes Kinderprogramm brauchen.....	89

### **Die privaten Konkurrenten - kindgemäß und werbefinanziert**

<i>Christophe Erbes</i>	
Nickelodeon - Gibt Kindern eine Stimme .....	97
<i>Peter T. Heimes/Andreas Seitz</i>	
Integrieren statt Polarisieren .....	101

## **Das vergessene Kinderkino**

*Horst Schäfer*

Kinderkino ist, wenn Kinder ins Kino gehen - Anmerkungen zu den Irrungen und Wirrungen des deutschen Kinderfilms ..... 107

*Jürgen Haase*

Kinderkino - Eine unendliche Geschichte ..... 115

*Klaus Keil/Brigitta Manthey*

Kinderfilm und Kinderkino - Eine Bestandsaufnahme der gemeinsamen Filmförderung der Länder Berlin und Brandenburg ..... 121

## **Medienkompetenz als Erziehungsziel Jugendschutz und Pädagogik als Partner der Kinder**

*Lothar Mikos*

Einleitung ..... 133

### **Jugendschutz - Zensur im Schafspelz?**

*Joachim von Gottberg*

Hypothesen mit konkreten Folgen

Medienwirkung und Jugendschutz ..... 135

*Folker Hönge*

Auf dem Prüfstand - Jugendmedienschutz ..... 149

*Dieter Czaja*

Neue Aufgaben für den Jugendschutz?

Jugendschützer von RTL suchen den Dialog mit Pädagogen ..... 155

### **Die Medienkompetenz von Erzieher/innen und von Kindern oder: Wer erzieht wen?**

*Lothar Wolf*

Stichwort: Medienkompetenz -Bedingungen und

Perspektiven der Medienerziehung ..... 163

*Andrea Urban*

„Ich hab’ dann immer heimlich Musik gehört...“ ..... 171

*Gerhard Tulodziecki*

Erziehung und Bildung im Medienzusammenhang ..... 175

# **Kinderfernsehen und Qualität**

## **Erwartungen von Kindern und Erwachsenen**

*Dieter Wiedemann*

Einleitung ..... 191

### **Fernsehprogramme für Kinder - Videoclips für Fortgeschrittene**

*Dirk Blothner*

Zur Kulturpsychologie des Kinderfernsehens ..... 193

*Hans-Jörg Stiehler*

Wann ist das Kind ein Kind? - Medienwissenschaftliche  
Überlegungen zum Kinderfernsehen ..... 211

*Gert K. Müntefering*

Kinder - mehr als eine Zielgruppe ..... 217

*Ben Bachmair*

Qualitätsfernsehen für Kinder - Argumente  
in einer kulturellen Übergangssituation..... 225

### **Qualitätskriterien des Kinderfernsehens - Wer bestimmt sie?**

*Margrit Lenssen*

Qualitätskriterien für das Kinderfernsehen  
...und der schwierige Weg sie zu finden ..... 239

*Ingrid Paus-Haase*

Wer bestimmt Qualitätskriterien für Kindersendungen? ..... 245

*Walter Klingler*

Die Rolle des Fernsehens für Kinder heute  
Daten aus der Medienforschung ..... 267

*Ludger Verst*

Runder Tisch Qualitätsfernsehen für Kinder  
Eine Initiative der beiden großen Kirchen in Deutschland ..... 273

### **Kinderfernsehen - ein Generationsproblem?**

*Lothar Mikos*

Einleitung ..... 285

<i>Jeannette Eggert</i>	
Gewaltfrei. Werbefrei. Frei ab Drei - Der gemeinsame Kinderkanal von ARD und ZDF .....	287
<i>Stefano Semeria</i>	
Kinderkrimis im Fernsehen oder wie das Loch in die Leiche kommt .....	293
<i>Claudia Jungholt</i>	
Kindheit ohne Testbild.....	299
<i>Christiane Radeke</i>	
Keine Bananenbieger Gewalt in den Fernsehnachrichten und das Angebot von Kindernachrichten.	303
<i>Silke Ewald</i>	
Bube-Dame-Joker: Was bin ich? Kinder konstruieren sich ihre Identifikationsfiguren im Fernsehen .....	311
<i>Lars Rettberg</i>	
Kinderfernsehen und Popkultur - Überlegungen zu popkulturellen Einflüssen auf das Kinderfernsehen für 6- bis ...jährige.....	317
<i>Lutz Warnicke</i>	
Aufruhr in den Augen - Zu einem möglichen progressiven Rollenverständnis von Kinderfernsehen als Populärkultur.....	321
Literatur .....	333
Die Autoren .....	351

## Qualitätsfernsehen für Kinder - Argumente in einer kulturellen Übergangssituation

Nun gibt es zwei Kinderkanäle in Konkurrenz, die sich Qualitätsfernsehen aufs Papier geschrieben haben. Zudem läuft auf RTL, Super RTL, RTL2, auf Kabel 1, den Dritten der ARD und bei anderen Sendern eine Vielzahl an Programmen, die sich explizit an Kinder richten. Hinzu kommen die von Kindern favorisierten Programme wie *Wetten, daß...?*, *Kommissar Rex* oder die *100.000 Mark Show* (vgl. Schmidbauer/Löhr 1994). Jedem neuen Fernsehanbieter ließe sich bei der Fülle an Kinderprogrammen nur der Rat geben, den überfüllten und damit riskanten Markt zu meiden, was jedoch argumentativ zu kurz gegriffen wäre. Vermutlich ist der Kinderfernsehmarkt eines der Entwicklungsfelder der Massenkommunikation. Was als Angebotsfülle erscheint, ist Indikator für etwas anderes als nur die quantitative Ausdehnung des Fernsehprogramms. Kinder und Jugendliche als Fernsehpublikum sind zur Zeit eine Art Innovationsfeld für eine grundlegende Veränderung der Massenkommunikation, bei der sich herauschält, was - sprachlich so einfach - als Multimedia auf den Plan kommt. Daß sich das Programmangebot für Kinder aus den Vollprogrammen des Fernsehens herauszulösen beginnt, ist dabei ein erster und nicht unwesentlicher Entwicklungsschritt, bei dem sich traditionelles Fernsehen zum Bildelement in einem neuen System der Massenkommunikation mausert. Neben dem Bildschirm des Fernsehens werden zudem noch Telefon und Computer die entscheidenden technologischen Wegmarken bei dieser Entwicklung setzen.

All dieses läuft innerhalb eines kulturellen Prozesses der Individualisierung, bei dem Lebensgestaltung individuell in bezug auf widersprüchliche gesellschaftliche und institutionelle Vorgaben zu reagieren hat. Zugleich gibt es für die Lebensgestaltung keine zuverlässigen oder allgemein akzeptierten Entwürfe und stabilen Muster.<sup>1</sup> Die neue, multimediale Massenkommunikation ist dabei nicht nur einer der zentralen Märkte, sondern ebenso der kulturell zentrale und gemeinsame Pool der symbolischen Verständigungs- und Interpretationsmittel.

---

<sup>1</sup> Zentral ist hier Ulrich Becks Konzept der Individualisierung und der Risikogesellschaft (vgl. Beck 1986), das Heinz Hengst u.a. verwendet hat, um das neue Verhältnis von Kindern und Kultur auszuloten.

Sie bilden - als Folgen der Individualisierung der Lebensgestaltung - zwar keinen gemeinsamen kommunikativen Interpretationsrahmen mehr, sie gehen jedoch, sozusagen als Lebensweltbausteine, prägend in die individuell verantworteten Verständigungs- und Interpretationsprozesse ein und werden dabei zum individuell gültigen kulturellen Kontext, der als alltägliche Lebenswelt individuell aufgebaut ist.<sup>2</sup>

An diesem kulturellen Entwicklungspunkt sollte man sich als Pädagoge deshalb Gedanken machen, wie sich denn das Fernsehangebot für Kinder bewerten läßt. Das postmoderne 'anything goes' reicht nicht aus. Hilfreich ist hier sicherlich, nach 'Qualität' zu fragen, was jedoch gar nicht so leicht ist, da sich zur Zeit nicht nur die Massenkommunikation verändert, sondern mit der Individualisierung das funktionale Zusammenspiel der uns vertrauten Kultur. Was heißt denn heute 'postmoderne' Qualität? Mit Qualitätsmaßstäben kommen zudem Generationsunterschiede zwischen Eltern- und Kindergeneration zum Tragen. Was Eltern oder Lehrer aufgrund ihrer Lebenserfahrungen für gut propagieren, sagt mehr aus über die Traditionsbildung in der schnellebigen Konsumgesellschaft, als über aktuell akzeptable Standards für Kindersendungen. Deswegen kann der Versuch einer systematischen Besinnung und Rückbesinnung nicht schaden.

Dazu gibt es zwei Angelpunkte:

1. Wie wird Kindheit im Kontext des Fernsehens definiert? Diese Frage soll in einer kulturellen Umbruchsituation der Elterngeneration nahelegen, die Selbstverständlichkeit der eigenen Kindheitsvorstellungen zu überprüfen.
2. Da kulturelle Veränderungen immer stattgefunden haben, schärft die Erinnerung an die Literaturgeschichte auch den Blick für das Wesentliche einer Qualitätsdebatte?

## Kinderfernsehen und die Definition von Kindheit

Kindheit ist keine Konstante, sondern immer eine kulturelle Erfindung (vgl. Ariès 1978; Lenzen 1985), die den Beteiligten selbstverständlich erscheint. Ob nun die Großmütter den Kindern Märchen erzählen oder das Video *König der Löwen* mitbringen, basiert vermutlich auf einer anderen Vorstellung, wie mit Kindern angemessen umzugehen ist, was letztlich in einer Vorstellung von Kindheit wurzelt. Wie Kindheit 'gedacht' wird, hängt dann auch damit eng zusammen, wie Kinder adressiert werden, z.B. als entscheidungsmächtige Konsumenten, wobei dieses Adressieren heute ebenso interpersonal wie medial abläuft. Mit der Art, wie Kinder angesprochen werden, entsteht dann auch Kind-

---

<sup>2</sup> Dies läuft in Prozessen der „Bedeutungskonstitution“ (vgl. Bachmair 1997).

heit als kulturelles Konstrukt. Aus diesem Komplex im folgenden nur einige Anmerkungen zum Wandel des Verständnisses von Kindheit in der Entwicklung des Fernsehens.<sup>3</sup>

### Der Kindergarten auf dem Bildschirm

Heike Mundzecks pointierter Rückblick zur Entwicklung des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik skizziert eine erste Phase des Kinderfernsehens, das Kindheit und Fernsehen zumeist als Gegensatz sah oder zumindest Kinder nur mit wenigen und speziell für sie gedachten Sendungen ansprach. So gab es eine „halbe Fernsehkinderstunde mit Dr. Ilse Obrig, hinzu kamen Turnübungen mit Adalbert Dickhut und einzelne Märchenspiele. In den folgenden Jahren erweiterte das finanziell noch äußerst dürftig ausgerüstete Nachmittagsprogramm seine Beiträge in zwei Kategorien - für Kinder von vier Jahren an und für Kinder ab acht Jahren - um Bastelunterricht, Zeichenstunden, Pflanzenkunde, Kasperltheater, Puppenspiele und Bildergeschichten“ (Mundzeck 1991, S. 28).

Als sich dieser verfilmte Kindergarten mit Serien wie *Fury* oder *Lassie* ein Fenster zum Entertainment öffnete, gab es kulturkritische Proteste („Verwüstung des Menschen“, „Reizüberflutung“, „Suchtgefährdung“; ebd. S. 28), die 1960 bei der ARD, in der Folge auch beim ZDF, zum Beschluß führte, keine Sendungen eigens für Kinder unter sechs Jahren zu produzieren.

### Fernseherschule

Erst die grundlegende gesellschaftliche Debatte Ende der sechziger Jahre führte zu einer neuen Bestimmung des Verhältnisses von Kindern und Fernsehen, die in Veröffentlichungen gut dokumentiert ist (Geisler/Kalb 1975). Kindheit wurde dabei unter der anstehenden gesamtgesellschaftlichen Veränderung gedacht. Die jungen Erwachsenen trotzten der Vätergeneration gesellschaftliche Veränderungen gerade auch im Bereich der Bildung ab, in dem es um neues Lernen ging. Deshalb wundert es nicht, daß Vorschule und das neue Kinderfernsehen als Zusammenhang gedacht wurden. Das entsprach auch der Idee der amerikanischen *Sesame Street*, die 1969 in den USA an den Start gegangen war. In diesem „Sog“ (Kalb 1973) entstanden neben der deutschen Adaptation *Sesamstraße*, *Die Sendung mit der Maus*, *Das Feuerrote Spielmobil*, *Rappelkiste*, *Pustelblume* u.ä.m.

Die medienpädagogische Diskussion betonte neben der generellen ökonomischen Kritik des Fernsehens die für relevant angesehene Funktion des Kinder-

<sup>3</sup> Differenzierte Untersuchungen laufen hierzu im Rahmen des ESRC-Forschungsprojektes am Institute of Education, University of London „Children’s Media Culture: Education, Entertainment and the Public Sphere“, das David Buckingham, Gunther Kress und Ken Jones zur Zeit durchführen.

fernsehens, nämlich zu lernen und sich kritisch mit der Wirklichkeit auseinanderzusetzen. Es tauchten z.B. folgende Kernargumente auf:

„Von Medien ist zu fordern, daß sie an den konkreten Erfahrungen der Kinder anknüpfen, die sie zu fördern beabsichtigen; ...die Wirklichkeit darstellen, sie transparent machen und zur Auseinandersetzung mit ihr, d.h. zu ihrer rationalen Bewältigung und Veränderung motivieren und qualifizieren, ...für Kinder wichtige Konflikte und Konfliktstrategien in für sie relevanten Bereichen darstellen, ...Inhalte und Verhaltensweisen thematisieren, die das Selbst- und Gruppenbewußtsein von Kindern stärken. ...Medien sollen nicht instrumentelle Fertigkeiten und sinnentleertes Lernen trainieren“ (Hellmich 1973).

Für Elmar Lorey, der damals die Projektgruppe *Rappelkiste* des ZDF leitete, waren diese Art von Lernforderungen nicht als „Vorschulprogramm“, sondern als Programm für „Kinder im Vorschulalter“ zu realisieren. Dabei sollte das Vergnügen am Unterhaltungsprogramm keinesfalls verloren gehen, sondern Teil des sozialen Lernens („Weltsicht“, „Haltungen“) sein (vgl. Lorey 1973). Die Widersprüche eines sozialen Lernens per Fernsehen beschreibt Horst Holzer als Konflikt zwischen „Herrschaftsfunktion der Fernsehkommunikation und Kommunikationsansprüchen der Kinder“, die kindliche Wünsche nach „Realitätserklärung“ auf die „Ertüchtigung zur Formalintelligenz“ und die „Identitätsfindung“ auf den „Zwang zur Anpassung“ reduziert (Holzer 1974).

## Alltag

Weder diese theoretische Begründung, noch das Vorschulfernsehen selber blieben über längere Zeit der Mainstream. So prophezeite Mitte der siebziger Jahre Hans-Dieter Kübler in einem Überblick über den Bestand medienpädagogischer Argumentation eine „Wende“ vergleichbar der Sprachdidaktik, die Alltagssprechen als defizitär abtat. Statt medienpädagogisch vom „Visuellen Analphabetismus“ und dem daraus erwachsenen Ziel des „Sehenlernens“ (Kübler 1977, S. 88) auszugehen, sollte die Medienpädagogik die „Fernseherfahrungen der Kinder“, die „soziale Situation der Familie“ und die „Lebens- und Erfahrungssituation des Kindes“, die „kommunikative Situation“ (ebd.) in ihr Denkfeld aufnehmen.

Die Beziehung von Fernsehen und Kindern wurde zudem über das diskursive Moment hinaus auch als kulturelle Vermittlung gedacht (vgl. Bachmair 1977) was hieß, von den aktuellen Vorgaben, also der Verbindung von Fernsehen und Kultur auszugehen und Kinder in ihrem Alltagskontext der Konsumgesellschaft wahrzunehmen. Nicht zuletzt die Verbindung von Fernsehen und Konsum über dessen genuines Genre, die Werbung, hatte Fernsehen zum Leitmedium des Alltagslebens gemacht. Im Alltag war ein formalisiertes soziales Lernen gegenüber Entertainment aller Art nachrangig. So gesehen war auch klar, daß sich

Kinder aller für sie und in ihrem Lebenskontext relevanten Fernsehangebote bedienen, weshalb es auch darauf ankam, die Bewertungsmaßstäbe im Alltagsleben und in den Funktionen des Fernsehens im Alltag zu suchen. Das subjektiv angeeignete Fernsehen, also die Fernseherlebnisse, bildeten deshalb den Angelpunkt, um Fernsehen als relevant im Kinderleben zu beurteilen (vgl. Bachmair 1984). Fernsehen, insbesondere die privaten Sender, machten sich ebenfalls und sehr erfolgreich auf die Suche nach den Kindern als ihre Adressaten, wobei sie sie in ihren Alltagsbezügen und mit ihren Themen ansprachen.

### Kultur und Alltagskultur

Mit der Durchdringung von Alltag und Fernsehen zeichnete sich eine kulturelle Veränderung ab, die Neil Postman in seinen Bestsellern als Verfall beschreibt, ein Verfall, der auch Kindheit grundlegend umgestaltet, so grundlegend, daß die Kindheit der Buchkultur verschwindet (vgl. Postman 1983; 1993). Postman geht von der Annahme aus, daß Menschen mit Medien ihre soziale Umwelt aufbauen. Welche soziale Umwelt nun Fernsehen schafft, versucht Postman dann über die Verbindung von Photographie und Telegraph und im historischen Vergleich mit dem Buch zu erfassen. Der entscheidende Punkt sei die Dekontextualisierung von Fakten (vgl. Postman 1993, S. 97). Die „Beziehung zwischen Information und Handeln verflüchtigt“ sich und wird „unangreifbar“ (ebd. S. 88). Postman spricht von „drei Stoßrichtungen“: Der Telegraph „verschafft der Belanglosigkeit, der Handlungsunfähigkeit und der Zusammenhanglosigkeit Eingang in den Diskurs“ (ebd. S. 85). Aus den Lebensthemen der Menschen werden sozusagen „Schlagzeilen - auf Sensationen versessen, bruchstückhaft, unpersönlich“ (ebd. S. 90). Von hier aus entwickelt sich Fernsehen, das dem „Showbusiness“ (ebd. S. 105ff.) verpflichtet ist und das auch in seinen bildungsorientierten Programmen kritische Auseinandersetzung behindert, indem es die diskursive, sachbezogene Auseinandersetzung der Zuschauer in systematischen Bezugsrahmen des Denkens verhindert (ebd. S. 180). Diese Veränderung faßt nicht nur Postman als Verfall und Verlust auf, der mit der Geschwindigkeit der Massenkommunikation Kindheit als eine von den Erwachsenen abgegrenzte Erlebensform verhindert: „es ist für die elektronischen Medien unmöglich, irgendwelche Geheimnisse zu bewahren. Ohne Geheimnisse aber kann es so etwas wie Kindheit nicht geben“ (ebd.).

Heinz Hengst sieht dagegen eine „Ausdifferenzierung des Kontextes Kindheit“, die mit Hilfe medialer Skripts zu neuen Aktivitäten, sozusagen in „Enklaven im Schatten von Familie, Schule und Fernsehen“ (Hengst 1990, S. 194) führen. Wer die Kinder

„als Subjekte ernst nimmt, fragt nicht nur und nicht primär nach der Determination ihres Handelns durch die Bedingungen, die sie vorfinden, sondern begreift die Welt, mit der sie sich auseinandersetzen, als eine Kinderkultur, die sie sich selbst durch die Verarbeitung des Vorgefundenen (mit-) konstruieren“ (ebd. S. 195).

## Subjektivität und Medien

Die Integration des Fernsehens in den Alltag führt zu einer Verbindung von Erlebnisweisen und Themen der Rezipienten mit den angebotenen Genres, was, nicht nur bei Postman, zur Bewertung als kultureller Verfall führt. Diese oder vergleichbare Kontroversen sind alles andere als neu. In der Literaturgeschichte findet sich eine Vielzahl von Übergangsphasen, in denen literarische Angebote heftig umstritten waren. Immer ging es dabei um eine grundsätzliche Veränderung des Verhältnisses von Text, Welt und Subjekt. Der Blick weit zurück zu Platon (427-347 v. Chr.) ist interessant, weil zur damaligen Zeit ein Übergang von einer oralen zu einer Schriftkultur stattfand, der heute, zwar mit anderen Vorzeichen (von der Schrift zum Bild), vergleichbare Ängste und Fragen provoziert. Es geht um das Verhältnis von Fiktionalität und Rationalität, wobei Rationalität vorrangig mit der Schrift verbunden ist, für Platon wie für uns. In seiner Auseinandersetzung mit Dichtung bzw. Dichtern wie Homer und ihren (modern formuliert) fiktionalen Geschichten plädiert Platon klar für die rational theoretische Beschäftigung mit der Welt. Im dritten Buch seiner *Politeia* erteilt Platon der Dichtung eines Homers eine klare Absage. Er fordert ein „Verbot für die Dichter, die Schrecken der Unterwelt darzustellen“ (Platon 1992, S. 120). Dabei geht es ihm nicht um eine Unterscheidung zwischen guter oder schlechter Dichtung, er zielt mit seiner Kritik generell auf den fiktionalen Darstellungstyp, den er ablehnte:

„...wollen wir den Homeros und andern Dichter bitten, uns nicht zu zürnen, wenn wir es austreichen, nicht als ob es nicht dichterisch wäre und dem Volk angenehm zu hören, sondern weil es, je dichterischer, um desto weniger gehört werden darf von Knaben und Männern, welche frei gesinnt sein sollten und die Knechtschaft mehr fürchten als den Tod“ (ebd. S. 120f.).

Er trägt zur Begründung zwei Argumente vor.

Erstes Argument: „Von großen Männern berichtete Unbeherrschtheit, Geldgier und Übermut ist den Dichtern nicht zu glauben“ (ebd. S. 123). Damit stellt er die Angemessenheit der fiktionalen Erzählform gegenüber dem historischen Sachverhalt prinzipiell in Frage.

Das zweite Argument bezieht sich auf die Wirkungen bei den Hörern. Erzählten ihnen die Dichter beispielsweise von Trunksucht und Völlerei, dann entwickelten die Zuhörer ähnliche Einstellungen: „Meinst du, das sei einem jungen Man-

ne zur Selbstbeherrschung förderlich“ (ebd.). Da die fiktionale Darstellungsform der Dichter dem Philosophen Platon weder in bezug auf die Sachverhalte noch auf die Rezipienten angemessen, ja prinzipiell falsch bzw. gefährlich erschien, bestimmt er im zehnten Buch seiner *Politeia* im radikalen Gegensatz zur fiktionalen Erzählung als die einzige angemessene Darstellungsweise die der begrifflich arbeitenden Theorie (ebd. S. 288ff.).

Nun, den Realitätsgehalt eines Homer hat Schliemann mit seiner Ausgrabung von Troja belegt, und die Abwertung emotionaler Darstellungen konnten schon die heute immer noch aufgeführten Dichter des 18. Jahrhunderts nicht mehr nachvollziehen (obwohl sie heute in der öffentlichen und auch der wissenschaftlichen Diskussion wieder sehr gefragt ist). Ein Lessing schildert beispielsweise in seinem ersten bürgerlichen Trauerspiel *Miß Sara Sampson* die persönliche Erlebnisweise in einer komplizierten Liebesbeziehung. Da macht sich ein Mann mit seiner jungen Geliebten aus dem Staub und will mit ihr ins Ausland gehen, und zwar ohne sie zu ehelichen. Der Grund dafür ist ausgesprochen unglaublich: Ein Testament verpflichtete ihn, eine ungeliebte Frau zu heiraten oder er verlöre ein großes Erbe. Der Mann will Reichtum und die junge Frau, die alles an eigenem bürgerlichen Leben aufgibt, inklusiv den Verlust ihres Vaters. Da taucht die mittlerweile alt gewordene frühere Geliebte auf, die sehr wohl das eigene Leben und den ersehnten Lebensstandard einklagt. Damit die emotionale Klärung nicht nur auf eine Dreiecksgeschichte zu reduzieren ist, gibt es noch die Tochter aus dieser zerbrochenen Beziehung, wobei der Mann seine Vaterrolle wahrnehmen möchte. Es endet im Giftmord: Die junge Sara, die sich der Liebe wegen aus der bürgerlichen Welt verabschiedet hat, muß also auch noch von hinnen. Dieses Ende ist jedoch kein Beitrag, um die verletzte Ordnung wieder ins Lot zu bringen, sondern wurde von den Zuschauern 1755 mit einer „Tränenflut“, so die zeitgenössischen Berichte, begleitet (Jorgensen/Bohnen/Ohrgaard 1990).

Das erste bürgerliche Trauerspiel stellt Beziehungsprobleme in den Mittelpunkt, und zwar nicht analytisch distanziert, sondern emotional mitreißend. Als sich die Menschen als eigenständige Subjekte wahrzunehmen begannen, nicht mehr als funktionierende Untertanen der absoluten Fürsten oder eines Schicksals, taten sie dies hoch emotional. Die Forderung Platons nach theoretisch begrifflicher Distanz wäre auf Unverständnis gestoßen. So schrieb Lessing rechtfertigend einige Jahre früher an seine Mutter:

„Ich lernte einsehen, die Bücher würden mich wohl gelehrt, aber nimmermehr zu einem Menschen machen... Ich legte die ernsthaften Bücher eine zeitlang auf die Seite, um mich in denjenigen umzusehen, die weit angenehmer, und vielleicht ebenso nützlich sind. Die Comödien kamen mir zuerst in die Hand... Ich lernte mich selbst kennen“ (ebd. S. 263).

Die Subjektivität eines Lessing ist uns sehr wohl verständlich, obwohl eine vergleichbare Geschichte wie die der Sara Sampson heute auf dem Bildschirm eine der üblichen trivialen Schmonzetten im Serienkontext wäre. Oder, käme vielleicht auf MTV mit den Backstreet Boys für Mädchen etwas Analoges, etwas, das sie in ihrem emotionalen Selbsterleben erreicht? Bei Lessing war die Geschichte nicht wegen ihres rationalen, sondern wegen ihres emotionalen Gehalts bahnbrechend. Die fiktionalen Darstellungselemente waren also entscheidend, auch wenn das damals vielen pädagogisch und pastoral Bemühten arges Kopfzerbrechen bereitete. Das uns überlieferte 'Werther-Fieber' - es wird behauptet, die jungen Leute hätten sich wie ihr Goethesches Vorbild Werther (1774 erschienen) massenhaft das Leben genommen - zeigt, wie heftig die Verbindung von Emotionalität und Selbsterleben war. Emotionalisierende Stoffe mit Liebe und Tod waren wesentlich für eigenständige Subjektivität. Sie sind es heute immer noch. Die Inszenierung ist trivialer, weil der Alltag als unsere Lebenswelt dies nahelegt.

## Die Kinder im Mittelpunkt einer Definition von Qualität

In dieser kulturhistorischen Entwicklungslinie, in der Lebensthemen der Menschen emotionalisierend präsentiert werden, stehen auch unsere Kinder.<sup>4</sup> Das emotionale Selbsterleben ist also immer noch Kern der Persönlichkeitsentwicklung.

Im Alltag mit den Widersprüchen von Wünschen und Wirklichkeit umgehen - Märchen als Modell

Bruno Bettelheim geht ebenfalls vom emotionalen Selbsterleben als Kern der Sozialisation aus, nimmt jedoch mit seiner psychoanalytischen Märchentheorie zudem die moderne Frage nach dem Sinn hinzu. Sinn ist auch für Kinder nicht mehr Vorgegebenes, ist vielmehr etwas, das sich die Menschen „symbolisch erarbeiten“ müssen (Bettelheim 1977). Dazu brauchen Kinder kulturelle Angebote, die ihnen, wie beim Märchen, helfen, die relevanten Lebensthemen zu entdecken. Das Märchen hat kulturelle Erfahrungen vieler Generationen objektiviert, wobei es mittels fiktionaler Darstellungen sowohl für die Widersprüchlichkeit der Lebensthemen, als auch für deren Verwirklichung im konkreten sozialen Lebensumfeld offen ist. Obwohl es mit grotesker Symbolik, z.B. menschenfressenden Hexen und Riesen, arbeitet, läßt es sich von den Kindern auf

---

<sup>4</sup> Immer noch, muß man sicher einschränkend ergänzen, weil die Individualisierung als aktuelle kulturelle Dynamik viel verändert (siehe S. 234ff.).

die innere Wirklichkeit des eigenen Erlebens und auf die äußere, die soziale Wirklichkeit beziehen. Dieser Wirklichkeitsbezug fiktionaler Angebote ermöglicht nicht nur Ordnung ins subjektive Erleben zu bringen, sondern auch die innere und äußere Wirklichkeit in der eigenen Erlebensperspektive zu erklären.

In der kulturellen Entwicklungslinie moderner Subjektivität, die auf dem Selbsterlebnis im Kontext fiktionaler kultureller Angebote aufbaut, die jedoch ihre Rationalität über den Bezug zur sozialen Wirklichkeit bekommt, läßt sich auch nach Qualitätsmerkmalen des Kinderfernsehens fragen. Dabei bleibt jedoch eine wichtige Dimension des Fernsehens in Bettelheims Märchen-Theorie verschlossen, nämlich Konsum als postmodernes Definitionsmerkmal von Subjektivität. Der Grund ist einfach. Der Realitätsbezug des Märchens ist eben nicht offen für die Lebenswelt des Konsums. Wie sollte das Märchen auch entsprechende kulturelle Erfahrungen objektiviert haben! Das ist dann die postmoderne Problemstellung (siehe S. 234ff.).

In Kinderfernsehsendungen schlägt sich, wie in allen anderen Medien auch, die Welt- und Lebensdeutung der Erwachsenengeneration nieder, insbesondere auch, welche Vorstellungen die Erwachsenen von einem sinnvollen und gelingenden Leben haben und was davon für die Generation der Kinder bedeutsam sein soll. In diesem Argumentationszusammenhang sind folgende Aspekte zur Definition von Qualitätsfernsehen für Kinder zu berücksichtigen:

- Der Planungs- und Produktionsprozeß von Qualitätsfernsehsendungen für Kinder soll reflektiert und explizit verantwortet ablaufen. Themen und Dramaturgie sind jeweils unter dem Aspekt der an die Kinder weitergegebenen Lebens- und Weltdeutungen zu überprüfen. Dabei dürfen jedoch nicht die spezifischen Gestaltungsmöglichkeiten des Fernsehens wie Phantasie, Kreativität, Assoziativität, intensive Bilder, das Udenkbare darzustellen, Spaß und auch Banalität wegfallen.
- Qualitätssendungen für Kinder sollen auch ein utopisches Moment gelingenden Kinderlebens bzw. Lebens vorstellen. Vorbild können dafür Astrid Lindgrens Geschichten und Figuren wie Pippi Langstrumpf, Lotta, die Kinder aus Bullerbü, die Brüder Löwenherz sein. Qualitätsfernsehen sollte Freiheit, Autonomie, Geborgenheit, Verstehen, Bewunderung, Aufregung und Abenteuer, Ruhe und Gelassenheit zeigen.
- Zu den Hoffnungen auf ein gelingendes Leben gehören auch die Ängste zu scheitern, Bedrückung, Größenwahn, die Angst, Geborgenheit zu verlieren usw. Intensive und überzogene bis groteske Darstellungen sind in diesem thematischen Kontext nicht auszuschließen, auch dann nicht, wenn sie sich realistisch geben. Wichtig ist, extreme fiktionale Darstellungen daraufhin zu

- prüfen, ob sie den subjektiven Themen und dem jeweiligen Alter mit seinen spezifischen Medien- und Genre-Erfahrungen angemessen sind.
- Kindersendungen können auch die Aufgabe haben, zu kompensieren, was in der aktuellen Welt für Kinder verloren gegangen ist oder verloren geht, z.B. die Form der schönen, innigen, ruhig erzählten Geschichte, Bücher und Lesen, Spielen, ohne zu konsumieren, Erleben ohne Medien. Dazu gehört auch, den Kindern Hoffnung zu vermitteln und nicht nur die dunklen und schrecklichen Seiten des Lebens zu zeigen.
  - Fernsehen für Kinder soll einfühlsam sein für die Themen, die Handlungs- und die Erlebnisweisen sowie offen für die Ausdrucksformen von Kindern. Deshalb können banale oder groteske Darstellungen kindgemäß sein.
  - Fernsehsendungen sollen darüber hinaus helfen, die psychische Innenwelt und die äußere soziale Lebenswelt der Kinder zu ordnen, zu klären und zu deuten. Beispielhaft ist hier das Märchen, das Kinder unterstützt, die eigenen widerstrebenden Gefühle und Wünsche zu ordnen und symbolisch verfügbar zu machen. Die gleiche Funktion sollen Fernsehsendungen für Kinder übernehmen, um die fremde, attraktive, aufregende, langweilige, auch um die beängstigende Welt außerhalb der eigenen Erfahrungen aufzuschließen. Dazu gehört selbstverständlich, die attraktive Welt der Medien und des Konsums, zu der Kinder selber wenig Distanz haben, zu zeigen. Dabei sollte die lustvolle Perspektive der Kinder gegenüber Medien und Konsum nicht diffamiert werden.

## Die soziale Konstruktion individueller Lebenswelt als Angelpunkt für Qualität

Zum bisherigen Entwurf für Qualitätsmerkmale ließe sich anhand konkreter Beispiele vermutlich breiter Konsens erzielen. Was ist jedoch Qualität für die Zapper-Generation? Werden auch die größeren Kinder die bisher skizzierten Fernsehangebote in ihr Bilderrepertoire integrieren? Sind die genannten Qualitätsmerkmale nicht enorm altmodisch angesichts der Rationalität der postmodernen Konsumwelt, die sich erst erahnen läßt: Verdichtung und Beschleunigung, die Wirklichkeit des Scheins und die Welt als textuelles Konstrukt, Individualisierung und Elementarisierung in einem auf Effizienz, Vorhersagbarkeit und Kontrolle angelegten System? (vgl. Bachmair 1996, S. 309ff.).

Fernsehen ist Teil einer auf Individualisierung und Konsum basierenden komplex widersprüchlichen Welt, in der distinkte Einzelmedien (der in sich geschlossene Film, das für sich stehende literarische Werk) in ihrer Bedeutsamkeit für Kinder zunehmend mehr zurücktreten. Statt dessen komponieren sich die

Kinder aus Medien-, Waren- und Dienstleistungsangeboten ihre eigenen und für sie bzw. ihre Peer-Group relevanten individuellen Text-Arrangements. Bei Jugendlichen zeigt sich jetzt schon der nächste Entwicklungsschritt: Medien werden mehr oder weniger nur als Quelle alltagsästhetischen Materials verwendet, um Szenen wie z.B. Techno zu bilden. Mädchen probieren aktuell mit den Boy-groups diese Art thematisch medialer Szenen auch schon als Kinder aus. Zudem entwickeln Kinder heute neue Erlebnisweisen, um z.B. kompetent mit der Dramaturgie der Videoclips oder mit der Angebotsmasse zappend, d.h. subjektiv strukturierend, umzugehen. Maßstab für Qualität kann deshalb auch nicht mehr die traditionelle Form der Erzählung sein. Ist dann alles, von Harald Schmidt, der *100.000 Mark-Show* bis zu Beavis & Butthead, der Werbung oder Clubs, gleichermaßen akzeptabel bzw. eben auch nicht?

Im folgenden ein Umriss postmoderner Qualitätsmerkmale (die jedoch immer noch in den Denkkategorien der Vätergeneration formuliert sind):

### Kontextualisieren

In schnellem Wechsel tauchen neue Genres und Darstellungsformen auf, die in einem weltweiten Medienmarkt ihren kulturellen Kontext verlieren. Kinder brauchen nun Hilfen, um sich ihre Lesart für kulturell kontextlose Fernsehangebote anzueignen, die sie dann auch in ihrer jeweiligen Lebenswelt bewertend verwenden können. Die Sender sind dabei für die Interpretation und Rezeption des von ihnen ausgestrahlten Programms mitverantwortlich. Erste Probeschritte in diese Richtung sind die Kennzeichnung von Genres - wie bei der Werbung - oder 'Navigationshilfen' für Zuschauer - wie Trailer - die ja nicht nur Eigenwerbung beinhalten müssen.<sup>5</sup>

### Gestaltungsräume öffnen

Qualität bemißt sich auch daran, ob und wie Fernsehen die Möglichkeit unterstützt, eigene Themen auszudrücken, soziale Situationen zu schaffen und sich in den vielen unübersichtlichen, sich schnell ändernden Situationen des Alltagslebens zu orientieren. Die zentrale Fähigkeit der Menschen heute ist die, das eigene Leben zu gestalten. Da sich Lebensgestaltung im Alltagsleben realisiert, sind es auch die Räume des Alltags, die sich Kinder mit symbolischen, medialen Angeboten konkret einrichten. Mehr als nur Konsumräume zu öffnen, ist auch für Fernsehen eine bedenkenswerte Aufgabe.

<sup>5</sup> Für Wrestling gibt es ein umstrittenes Beispiel solch einer Kontextualisierung, nachzulesen bei Bachmair/Kress 1996, S. 197-218.

## Sich vergewissern

In einer zerbröckelnden Welt braucht es Orientierungshilfen, die Kinder als diejenigen ernst nehmen, die sich in ihrer eigenen Erlebnisperspektive ihren eigenen Bezugsrahmen schaffen. Die „Risikogesellschaft“ (Beck 1986) und ihre „ErlebnISRationalität“ (Schulze 1992, S. 40ff.) gibt den Kindern Freiräume, die zugleich überfordernd und sinnentfremdet sind. In den neuen sozialen Vergesellschaftungsformen - sie reichen von der Fanggruppe bis zur Szene, die zunehmend mehr Medienangebote als Kommunikationskern haben - zeigt sich ansatzweise, wie diese Orientierung abläuft. Die tiefer liegende Rationalität der medialen Angebote, insbesondere der systematisch vernetzten, ist jedoch schwer zu durchschauen. Sie reicht von der bekannten Inszenierung des Banalen, Egozentrischen und Grotesken bis zu Herrschaftsphantasien<sup>6</sup> und Herrschaftsmechanismen. Was hier im Rahmen des Fernsehens, insbesondere mit seinen fiktionalen Darstellungsformen zu machen ist, braucht noch viel innovative Erprobung.

## Eigensinn der Rezipienten

Fernsehangebote sollen Kinder als sozial handelnde Menschen in ihrer Lebensbiographie und nicht nur als Konsumenten bzw. Lieferanten von Einschaltquoten ansprechen. Die Fernseh-Texte sind deshalb so anzulegen, daß Kinder als verstehende und einfühlsame Menschen adressiert werden, die soziales Handeln entwickeln und erproben. Für eine komplexe demokratische Gesellschaft ist entscheidend, daß sich die Menschen verstehend in die Sinnperspektiven anderer Menschen begeben können. Dazu sollte Fernsehen auch mit neuen Dramaturgien, Formaten und Arrangements die handelnden Menschen als fühlende Menschen und nicht nur als Objekte zeigen. Die Dramaturgie soll deshalb prinzipiell Empathie für die Akteure ermöglichen, um so deren Sinnperspektive als Akteure zu erschließen.

## Eigensinn der Welt

Konsum ist egozentrisch angelegt. Konsumenten wollen über Dinge, Ereignisse oder soziale Situationen individuell und aneignend verfügen. Diese Haltung des Verbrauchens in der Perspektive des eigenen Nutzens beraubt den Dingen, Ereignissen, Mitmenschen und Lebewesen ihren jeweiligen Eigenwert. Die Sperrigkeit der Sachverhalte, die beispielsweise Lernen ausmacht, scheint insbesondere dem Entertainment, und das ist die heute herausragende dramaturgische

---

<sup>6</sup> So bezeichnen z.B. manche Hardware-Produzenten die Rangordnung von Konfigurationselementen mit 'Master' und 'Slave'.

Erscheinungsform der fiktionalen und erlebnisorientierten Darstellung, zu widersprechen. Die Vorschulorientierung des Kinderfernsehens hat hier beachtenswerte Vorlagen, z.B. *Löwenzahn*, hervorgebracht, die jedoch konsequent postmoderne Nachfolger brauchen.