

Aufenanger, Stefan

## **Pädagogisch wertvoll: für Kinder kein Kriterium. Die Konkurrenz der Fernsehserien für das Kinderprogramm**

*Medien + Erziehung* 35 (1991) 3, S. 202-206

urn:nbn:de:0111-opus-14046

### **Nutzungsbedingungen**

pedocs gewährt ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit dem Gebrauch von pedocs und der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

#### **Kontakt:**

**peDOCS**

Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF)

Informationszentrum (IZ) Bildung

Schloßstr. 29, D-60486 Frankfurt am Main

eMail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)

Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

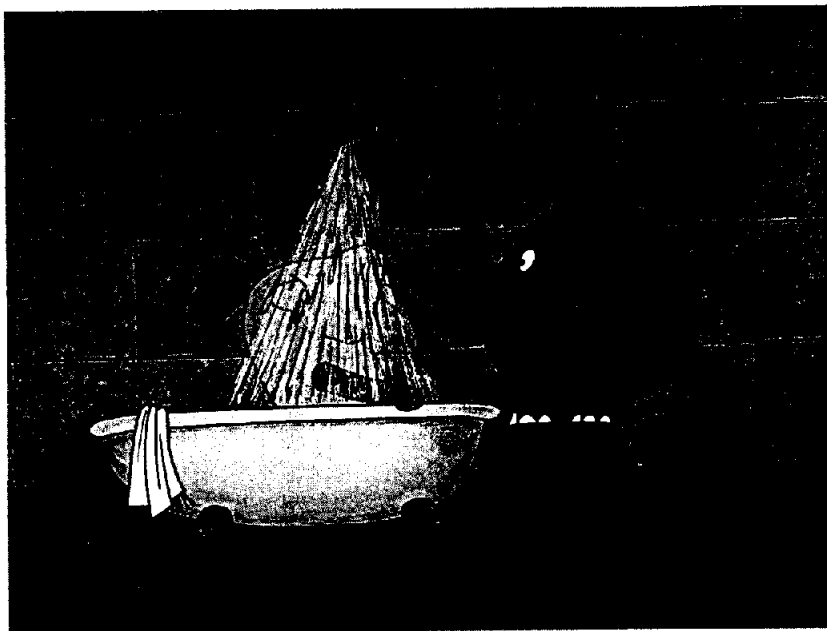
Digitalisiert durch DIPF

Stefan Aufenanger

## Pädagogisch wertvoll: für Kinder kein Kriterium

### Die Konkurrenz der Fernsehserien für das Kinderprogramm

Es gehört fast schon zur Geschichte des Kinderfernsehens, über die Programmangebote zu klagen, die die Kinder von ‚guten‘, mit dem Prädikat „pädagogisch wertvoll“ etikettierten Sendungen abhalten. Dies war in den sechziger Jahren so, als das Vorabendprogramm mit Serien wie „Geheimauftrag für John Drake“ auch für Kinder attraktiv erschien; das gilt auch für „Ein Colt für alle Fälle“ in den siebziger Jahren und ebenso für „Knight Rider“ in den achtziger Jahren. Da hatten es die Produkte aus den Kinderprogramm-Redaktionen von ARD und ZDF oft schwer, ähnlich hohe Einschaltquoten zu erreichen wie die Action-Serien des Rahmenprogramms des Werbefernsehens.



„Die Sendung mit der Maus“: Kindchenschema für Erwachsene?

Dieser Trend scheint sich seit der Öffnung zum dualen Fernsehsystem zu verstärken. Sehen etwa eine halbe Million Kinder zwischen sechs und dreizehn Jahren Kinderprogramme wie „Sendung mit der Maus“ (ARD) oder „Hals über Kopf“ (ZDF), so erreichen die Vorabendserien bei den gleichen Sendern gut das Doppelte bis Dreifache. Auch bei der Frage nach den meistgenutzten Sendungen von Kindern der genannten Altersgruppe taucht z.B. 1989 keine einzige Sendung aus dem Kinderprogramm auf.<sup>1</sup> Dabei

standen in den letzten beiden Jahrzehnten von allen Seiten hochgelobte Sendungen zur Auswahl, wie zum Beispiel „Rappelkiste“, „Neues aus Uhlenbusch“, „Anderland“, „Bettkantengeschichten“, „Siebenstein“ oder die Natursendungen mit Peter Lustig wie „Pusteblume“ oder „Mittendrin“.

Dabei gibt es doch einige Sendungen, die von Kindern begeistert gesehen werden, hohe Einschaltquoten vorweisen können und von den Eltern nicht abgelehnt werden, etwa die Weihnachtsserien des ZDF („Anna“ oder „Nonni und Manni“) oder „Pippi Langstrumpf“. Die Befürchtungen beziehen sich aber auf jene Familien, die durch Kabel- oder Satellitenanschluß im vollen Umfang das Angebot der Privaten wahrnehmen können und dies größtenteils auch tun. Wie deren Programme aussehen, ist allseits bekannt: meist einfache und billige Zeichentrickserien aus Fernost, zum Teil mit viel Gewalt gespickte Actionfilme sowie konsumanregende Gameshows. Daß gerade jüngere Kinder von diesem Angebot gelockt werden, ist nicht nur seit den Untersuchungen von Bettina Hurrelmann zum Dortmunder Kabelpilotprojekt bekannt, sondern wird auch durch die neuesten GfK-Daten bestätigt.<sup>2</sup>

Diese vermeintlichen Verlockungen dürften dem Kinderprogramm weitere Zuschauer abspenstig machen. Helmut Lukesch hat sich an anderer Stelle Gedanken gemacht, warum „Knight Rider“ der „Sendung mit der Maus“ keine Chance läßt.<sup>3</sup> Leider kommt er über mehr als eine Situationsbeschreibung nicht hinaus: Gründe dafür kann er nicht liefern. Dies ist sicherlich auch schwierig, da vielfältige Bedingungen dafür verantwortlich gemacht werden können. Trotzdem möchte ich versuchen, auf einige Bereiche und Aspekte aufmerksam zu machen, die dazu herangezogen werden können.

### Wie sieht denn das Programm aus?

Sicherlich dürfte das erweiterte Programmangebot der Privatsender ein gewichtiger Grund für die vermehrte Nutzung von deren Sendungen sein. War bis zur Einführung des dualen Fernsehsystems das Angebot inhaltlich, vom Umfang und von den Sendezeiten her beschränkt, offerieren nun die Privaten eine Vielzahl von Zeichentrickfilmen, die in Art und Ausmaß bei den Öffentlich-rechtlichen vorher nicht gesendet wurden. Auch die Ausstrahlung von sehr früh am Morgen bis spät in die Nacht erweitert ganz enorm das potentielle Publikum. Ein erster Grund für die Mißachtung des Kinderprogramms dürfte also in der Verbreitung des Angebots zu sehen sein.

Damit hängt eng ein weiterer, auch von den engagierten Programmachern angeführter Aspekt zusammen: die ungünstigen Sendezeiten des Kinderprogramms. So gibt es bei den beiden öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten nur starre und auf ungünstig gelegene Zeiträume beschränkte Ausstrahlungstermine für gute Kindersendungen. Diese Zeiten — meist der frühe Nachmittag in der Woche oder am Sonntag die Mittagszeit — liegen nicht nur quer zur Hauptnutzungszeit von Kindern (zwischen 18 und 19 Uhr), sondern kollidieren mit den vielen Freizeitaktivitäten, die heutige Kinder betreiben. Ein günstigerer Sendetermin würde wahrscheinlich mehr Attraktivität für das Kinderprogramm bringen. Da aber diese Termine auch die Hauptwerbzeiten sind und somit hohe Einschaltquoten bringen müssen, ist die Aussicht auf eine Veränderung der Sendezeiten jedoch ziemlich gering.

Ich möchte auf der Produktseite aber noch einen weiteren Grund anführen, der nicht so offensichtlich ist und sich empirisch auch kaum gut bestätigen läßt. Ein Großteil der als

pädagogisch wertvoll eingestuft Kinder sendungen — wie z.B. „Bettkantengeschichten“ oder „Morgen schon“ — tragen entweder ihre pädagogische Absicht so eindeutig vor oder sind so langweilig, daß sie das Interesse der möglichen Zielgruppe nicht wecken können. Ein Beispiel ist die allseits hochgelobte Sendung „Anderland“ (ZDF), die durch ihre reichhaltige Symbolik den Kindern ein Angebot für die Bearbeitung innerer aber auch existentieller Probleme machen wollte. Waren die ersten Konzeptionen von Kindersendungen mehr an der Sachwelt orientiert, die nächsten an der Sozialwelt, so sollte mit „Anderland“ zum ersten Mal die Innenwelt des Kindes angesprochen werden. Die Folge war, daß die jüngeren Kinder die Sendung nicht verstanden und die älteren sie langweilig fanden. Dies macht auch deutlich, daß zwischen den Vorstellungen der Eltern und denen der Kinder über die Funktion des Fernsehens große Unterschiede bestehen. Möchten auf der einen Seite die Eltern, daß ihre Kinder vom Fernsehen etwas lernen, wollen die Kinder unterhalten werden, genauso wie die Erwachsenen es für sich beanspruchen. Aber auch Kinder können qualitative Ansprüche an das Programm stellen. Diese können vor allem durch gute Geschichten befriedigt werden, wie Elmar Lorey richtig festgestellt hat.<sup>4</sup> Er weist weiter darauf hin, daß aufgrund der Vielzahl pädagogischer Vorstellungen bei den Eltern kein für alle befriedigendes Angebot gemacht werden kann. Und wenn dann einmal in einer Serie die Position der Kinder eingenommen wird — wie in der ZDF-Serie „Hals über Kopf“ —, die bei den Kindern begeistert aufgenommen wird, dann wird sie von den Eltern zensiert, da sie sich in ihrem Erwachsenenstatus angegriffen fühlen.<sup>5</sup>

### Das gesellschaftliche Bild von Kindheit

Auf die Überwindung der traditionellen sozialen Räume von Kindheit und Erwachsenenleben durch das Fernsehen hat Joshua Meyrowitz in seinen Arbeiten hingewiesen.<sup>6</sup> Danach bietet dieses elektronische Medium den Kindern die Möglichkeit, Einblick in die Erwachsenenwelt zu nehmen. Dies ist natürlich eine Chance, die die Kinder für sich auszunutzen versuchen. Es gelingt ihnen auch in den meisten Fällen, da nur die wenigsten Eltern — entgegen ihren eigenen Erziehungsvorstellungen — den Zugang zum Fernsehen strikt reglementieren.<sup>7</sup> Vielmehr hat sich das Fernsehen in unserer Gesellschaft zu einem symbolisch eine Gemeinschaft stiftenden Medium herausgebildet.<sup>8</sup> Das heißt, daß nur die wenigsten Eltern einen Unterschied zwischen dem Fernsehprogramm der Erwachsenen und dem der Kinder machen, in den meisten Fällen können die Kinder selbstständig über ihr Programm entscheiden. Und daß das selbstgewählte, mit viel Action und Spannung versehene Programm viel attraktiver als das Kinderprogramm ist, dürfte offensichtlich sein.

Unter gesellschaftlichen Aspekten ist auch zu vermerken, daß die meisten Kinder heute kaum noch Möglichkeiten haben, sich in ihrer Umwelt eigene Bereiche zu erobern, die sie mit Gleichaltrigen selbst ausgestalten. Die wenigen — wie Heinz Hengst es genannt hat<sup>9</sup> — pädagogisch ausgedünnten Zonen werden sehr schnell von der Kinder- und Medienindustrie besetzt, die sich damit natürlich auf Themen aus dem Fernsehen bezieht. Die im Alltag fehlende Spannung holen sich die Kinder aus dem Medienangebot.

Und ein letztes möchte ich noch zur Diskussionsanregung benennen: Es handelt sich um die Schule, die immer stärker den Kontakt zum gesellschaftlichen Leben und damit zu den relevanten Themen von Kindheit verliert. Nicht nur, daß die Lehrpläne unverändert

an Traditionen festhalten, deren Sinn kaum noch nachzuvollziehen ist, auch die Lehrer und Lehrerinnen gewinnen kaum noch Zugang zu der Lebenswelt von Kindern oder verschließen sich ihr sogar. Damit verliert die Schule eine ihrer grundlegenden Funktionen, nämlich die der Sinnstiftung. Die die Kinder in ihrer Existenz betreffenden Themen — z.B. konkret erlebbare gesellschaftliche Gewaltverhältnisse — werden im Fernsehen angesprochen und nicht in der Schule. Auch das pädagogisierende Kinderprogramm kann diese Funktion nicht ersetzen, es erinnert zu sehr an schulische Lernformen. Nur wenn die Schule sich ändert, kann sie ein Stück von jenem Terrain zurückgewinnen, das die Kinder heute nur durch Fernsehthemen besetzt vorfinden.

### Die subjektiven Bedingungen der fernsehenden Kinder

Folgt man neuen medienwissenschaftlichen Erkenntnissen, dann wird die Nutzung von Medien im wesentlichen durch „handlungsleitende Themen“ bestimmt.<sup>10</sup> Dies heißt, daß etwa die Entwicklung der Identität eher die unbewußt geleitete Auswahl von Fernsehsendungen bestimmt als soziale Faktoren. Wenn nun eine verstärkte Abwendung vom Kinderprogramm zugunsten von kommerziellen Zeichentrick- und Actionserien zu beobachten ist, dann sollten die Gründe auch im Inneren der Kinder zu suchen sein. Um eine genaue Analyse durchführen zu können, müßten zuerst die symbolischen Gehalte dieser Serien untersucht werden. Als wesentliche Themen lassen sich aber ‚Groß- und Starksein‘ sowie der Kampf von Gut und Böse intuitiv ausmachen. Zusätzlich wären auch präzisere Kenntnisse über geschlechtsspezifische Vorlieben notwendig. Auch hier läßt sich eine Tendenz erkennen, nach der auch Mädchen besondere Vorlieben für harte Action- und Gewaltfilme entwickeln. Ob dies aber an veränderten Entwicklungsaufgaben von Mädchen, an einer Veränderung des Bildes der Frau in unserer Gesellschaft oder vielleicht auch an einer weniger starken Geschlechtsrollenfixierung in der familialen Sozialisation hängt, läßt sich so einfach nicht entscheiden. Unbestritten ist dagegen, daß das vermehrte Angebot von Sendungen mit den genannten Themen und Symbolen auch auf eine entsprechende Nachfrage trifft. Nehmen wir aber einmal an, daß all die genannten Faktoren in irgendeiner Art und Weise zutreffend sind, dann müßten vermehrt Bedingungen auszumachen sein, die eine Entsprechung der medialen Themen zu Kindern nahegehenden Themen verlangen. Sicher stehen dabei familiale Bedingungen im Vordergrund, die eine angemessene und in der Interaktion zwischen Eltern und Kind eingebettete Bearbeitung von Identitätsproblemen normalerweise gewährleisten sollten. Aber die Familie hat in den letzten beiden Jahrzehnten eine Wandlung erfahren, die diese Bedingungen kaum mehr sicherstellen kann. Dazu gehören u.a. die erhöhte Scheidungsrate, das Anwachsen von Ein-Eltern-Familien und die Verschlechterung der sozialen, ökologischen und materiellen Bedingungen. Dies sind strukturelle Problemfelder, die zu einer Vernachlässigung von Kindern in der Familie führen können, aber nicht müssen. Hinzu kommen Familien, die sich durch — wie ich es nennen möchte — ‚hilflose Eltern‘ auszeichnen, in denen diese den kindlichen Ansprüchen machtlos gegenüberstehen und sich von ihnen tyrannisieren lassen. Deren Kinder erleben in der Familie nicht die Auseinandersetzung mit Grenzen, zu denen auch Themen wie ‚Groß und stark‘ oder ‚Gut und böse‘ gehören. Erst die Medien offerieren solche Themen. Ob diese Angebote aber aufgrund ihrer einfachen Strukturiertheit dienlich sind, muß jedoch bezweifelt werden. An dieser Stelle sollte auch darauf hingewiesen werden, daß die häufige Bezugnahme auf

Bruno Bettelheims Forderung „Kinder brauchen Fernsehen“<sup>11</sup> ihm nicht gerecht wird, wenn sie pauschal verwendet wird. Bettelheim hat seine Forderung in dem Sinne präzisiert, daß sie nur für jene Angebote des Fernsehens gilt, in denen die Figuren und Geschichten Entwicklungen und Dynamik aufzeigen, die eine Identifikation sinnvoll machen. Dies kann jedoch von vielen Angeboten kaum behauptet werden. Die Eindimensionalität der Charaktere und Geschichten bestimmter Zeichentrickfilme und Actionserien bietet kaum eine Entsprechung für die Anliegen ihrer jungen Zuschauer. In diesem Sinne stellt das Fernsehangebot der Privatsender keine Bereicherung für die kindliche Lebenswelt dar. Im Gegenteil!

Was muß sich also ändern? Ich habe versucht, einige Bedingungen aufzuzeigen, die mit der gesellschaftlichen Situation von Kindheit und den Identitätsproblemen von Kindern zusammenhängen. Daß die Medienpädagogik hierzu keinen großen Beitrag leisten kann, ist klar. Es bieten sich aber Aktivitäten an, die auf eine Auseinandersetzung und Kritik des Kinderprogramms, auf Analyse der Serien, auf die medial selbst zu gestaltenden Freiräume für Kinder und Jugendliche hinauslaufen. Und was natürlich auch nicht vergessen werden darf: Die Medienpädagogik ist dazu verpflichtet, die gesellschaftlichen Umstände des Aufwachsens und die Entwicklungsmöglichkeiten von Kindern öffentlich zu kritisieren. Diesen Part vergessen die Medienpädagoginnen und Medienpädagogen jedoch leider zu oft!

#### Anmerkungen

- 1 Imme Horn: Zum Fernsehverhalten von Kindern. Ergebnisse aus der Fernsehforschung der öffentlichen Rundfunkanstalten. In: Hans Dieter Erlinger / Dirk Ulf Stötzel (Hrsg.): Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin 1991, S. 271 - 290
- 2 Vgl. dazu Bettina Hurrelmann: Fernsehen in der Familie, Weinheim 1990, sowie die Angaben bei Imme Horn, a.a.O., S. 289
- 3 Helmut Lukesch: Warum „Knight Rider“ der „Sendung mit der Maus“ keine Chance läßt. In: TeleVizion 3 (1990), Heft 2
- 4 Elmar Maria Lorey: Zensiertes Erwachsenenbewußtsein. Kinderfernsehen und sein möglicher Ort in der Kinderkultur. In: medium 1987, Heft 1, S. 41 - 45
- 5 Das gleiche Phänomen tauchte schon bei der „Rappelkiste“ auf, die aus der Sicht der Eltern ihre Kinder gegen sie aufwiegeln sollte.
- 6 Joshua Meyrowitz: Die Fernsehgesellschaft. Weinheim 1987
- 7 Vgl. Margrit Lenssen: Familienorientierte Medienpädagogik. In: Dieter Baacke / Jürgen Lauffer (Hrsg.): Familien im Mediennetz. Opladen 1987
- 8 Vgl. Bettina Hurrelmann, a.a.O.
- 9 Vgl. Heinz Hengst: Medienkindheit heute. In: Stefan Aufenanger (Hrsg.): Neue Medien — Neue Pädagogik? Bonn 1991
- 10 Vgl. Ben Bachmair u.a.: Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen, 2 Bände, Kassel 1984, sowie Michael Charlton und Klaus Neumann: Medienrezeption und Identitätsbildung, Tübingen 1990
- 11 Bruno Bettelheim: Brauchen Kinder Fernsehen? In: TeleVizion 1988, Heft 2.

*Dr. Stefan Aufenanger ist Lehrbeauftragter für Medienpädagogik an der Universität Mainz*