

Ben Bachmair

Medien- und Konsumkinder

Argumente gegen die aktuelle Polemik

1. „Kindheit und Jugend“ wird neu bestimmt

Mit Faszination und intensiver Anteilnahme habe ich das Reiz'sche Filmepos „Die Zweite Heimat“ verfolgt, das mit ungewöhnlicher Filmsprache die Jugend der heute 50-jährigen erzählt und deutet. Es war und ist dabei selbstverständlich, daß die Jugend der 60er Jahre in einem Generationenkonflikt gezeigt wird, mit einer schuldig gewordenen Elterngeneration, die sich im kleinbürgerlichen Leben verschanzt hatte. Reiz zeigt auch, wie die Eltern die Fernsehberichte zum Anlaß nahmen, diese Jugendlichen zu diffamieren, wie die Eltern versuchen, ihnen ihren engen, traditionellen oder auf Konsum und Erfolg ausgerichteten Lebensstil aufzuzwingen.

Heute gibt es wieder eine erkennbare und schmerzhaft Konfliktlinie zwischen den Generationen, auch wenn die Konflikte anders sind als damals.

In der Handlungszeit der etablierten Generation, die beginnt, Großeltern zu werden, also in den letzten 30 Jahren, haben sich - langsam und somit schwer aus der Perspektive des routinierten Alltagshandelns wahrnehmbar - wesentliche kulturelle Veränderungen 'ereignet'. Mit dem Zusammenbruch der zementierten politischen Weltordnung beginnen wir gezwungenermaßen zu ahnen, daß sich unsere Lebensweise zu einem merkwürdigen Knäuel verwirrt hat. Wir bekommen dies ähnlich wie in den 60er Jahren von der Generation der Kinder und Jugendlichen gespiegelt. Und ähnlich boshaft und diffamierend projizieren wir Ängste und Unverständnis auf die Kinder und Jugendlichen zurück. So werden Kinder und Jugendliche z. B. als destruktiv und egoistisch diffamiert. Bei der öffentlichen Suche nach Ursachen bescheidet man sich mit einem simplen Kausal-

Modell: Wenn das Fernsehen nicht so gewalttätig wäre, ja dann...

Im folgenden Ausschnitt aus der öffentlichen Diskussion, z. B. des Vorsitzenden des Bayerischen Lehrer- und Lehrerinnenverbandes (1992):

„Unsere Lehrerinnen und Lehrer sehen sich kaum noch in der Lage, die verheerenden Auswirkungen des exzessiven Fernseh- und Videokonsums bei Kindern und Jugendlichen aufzuarbeiten. ... Insbesondere aggressives Verhalten, seelische Deformation und vermindertes moralisches Urteilsvermögen als Folge brutaler Gewaltdarstellungen können in unseren Schulen nicht mehr nebenbei neutralisiert werden. ... Konzentrationschwäche, Herumzappeln, Desinteresse am Unterricht, Langeweile, Rücksichtslosigkeit und Gewalttätigkeit der Schüler können nicht wegdiskutiert werden. Störendes Verhalten im Klassenzimmer, das auf die anderen Kinder übergreift und das

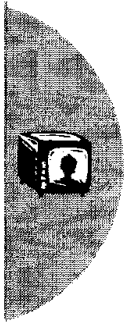
Unterrichten zeitweise unmöglich macht, hat in den letzten fünf Jahren erschreckend zugenommen.“ (Süddeutsche Zeitung vom 11. 2. 92, Seite 7).

Mit der Problembeschreibung wird auch gleich die Diagnose mitgegeben: das Fernsehen.

Im Februar 1993 erreicht die Ratslosigkeit einen ersten Höhepunkt (Süddeutsche Zeitung Nr. 46, vom 25. Februar 1993, S. 3): (Überschrift)

„Liverpool: Eine ganze Stadt in Haß und Trauer. Fassunglos die Seele suchen. Der grausame Mord an einem Zweijährigen hat in Großbritannien die Diskussion ausgelöst, was es für eine Gesellschaft bedeutet, wenn Kinder Kinder töten.“ Bildunterschrift: „Hilflose Reaktionen auf eine unbegreifliche Tat: Im Liverpools Fußballstadion gedenken Zuschauer des ermordeten James Bulger.“

Trotzdem bleiben die banalen Erklärungsversuche erhalten. So bringt die Frankfurter Rundschau



... unsere LehrerInnen sehen sich kaum noch in der Lage, die verheerenden Auswirkungen des exzessiven Fernseh- und Videokonsums bei Kindern und Jugendlichen aufzuarbeiten...

am 3. Juli 1993, in einer Ausgabe, die sich differenziert mit dem Brandanschlag eines 16jährigen in Solingen, dem eine wehrlose türkische Familie zum Opfer fällt, auseinandersetzt („Die braunen Flecken hinter einer unauffälligen Fassade“, S. 3), in der Rubrik „Aus aller Welt“ folgendes Forschungsergebnis:

„Gewalt schon im Kindergarten. Münster, 2. Juni (dpa). Angriffslust und Gewalt greifen auch im Kindergarten immer stärker um sich. Die Gewalt der Jüngsten aber richtet sich keineswegs nur gegen andere, sondern zunehmend auch gegen den eigenen Körper“, wie eine Umfrage in den Kindergärten von Westfalen und Lippe ergab, deren Ergebnis der Leiter des Landesjugendamts, Professor Wolfgang Gernert, am Mittwoch in Münster dem Landesjugendhilfeausschuß vorstellte. So seien 'waghalsige Mutproben mit Rasierklingen' ebenso beliebt wie 'Selbstmordversuche durch Tabletten'. Kindergartenkinder neigten auch immer häufiger zu massiven Beschimpfungen Gleichaltriger. Oft rutsche ihnen bei Streitigkeiten die Hand aus. Für zunehmende Verrohung machte Gernert auch das Fernsehen 'mit seinen blutrünstigen Programmen' verantwortlich. Kinder seien durch andauernde Gewaltszenen oftmals 'abgestumpft'.

In der britischen Diskussion gibt es andere Schwerpunkte, auch in denunzierender Sprache vorgetragenen („The Mail on Sunday“, 10. Nov. 91):

„Church of England report 'All God's Children?': Elements in our society are combining to create for today's children a prematurely adult and somewhat lonely world that accustoms them to hedonism, selfishness, sexual amorality, the unseriousness and even normality of violence“.

Britische Lösungsversuche sind schulorientierter, weil das wertvollste, was die Briten haben, ihre Sprache, als internationales Verständigungsmittel sich von den vertrauten Regeln ablöst. Traditioneller Sprachunterricht soll Abhilfe bringen:

„Primary schools face the biggest classroom shake-up for decades - BACK



... Angriffslust und Gewalt greifen auch im Kindergarten immer stärker um sich ...

TO THE BLACKBOARD - ... In the most important initiative for decades, Education Secretary Kenneth Clarke plans to improve dramatically the way five-to-11-year-olds are taught. He will outlaw the worst of the 'playschool' classrooms and reintroduce formal lessons with the teacher at the front of the class.“

Die moralisch intellektuelle Suche der „ZEIT“ nach den Problemursachen präsentiert dagegen einen Gießener Politikwissenschaftler (Claus Leggewie) unter folgender Überschrift (Die ZEIT, Nr. 10, 5. März 1993, S. 93): „Warum sind viele Jugendliche fremdenfeindlich und gewaltbereit? Die Familie, die Erziehung hat versagt.“ Da wird die Erziehungsdiskussion zwischen der Großeltern- und Elterngeneration aufgewärmt:

„Oft rutscht das gut gemeinte Prinzip der 'repressionsfreien' Erziehung ab in ein prinzipien- und gestalltloses Leben- und-leben-Lassen.“

„Die 'Jugend von heute' ist nicht rechts oder radikal, sondern erst einmal reich und rar - eine Erben-gemeinschaft. Nie ist so viel Reichtum an so wenige Nachkommen übergeben worden. Aber der ererbte Wohlstand droht den Jungen in einer veränderten Welt durch die Finger zu rinne.“ Da der Politikwissenschaftler natürlich nicht das Geld als einzige Generationenbeziehung benennen will, muß er Wert auf klare moralische Wer-

te legen. „Was ist zu tun, um einen rabiaten Sozialdarwinismus abzuwehren, wie ihn die Rechtsradikalen jetzt an den Schwachen exekutieren? Unsere Rezession ist nicht bloß materieller Natur. Ohne moralische Fundamente, ohne staatsbürgerliche Tugend muß die Politik kaputtgehen. Auctoritas ist ein Akt (dauernder) Gründung des Gemeinwesens. Wo so wenig Gründung ist wie hierzulande, wächst die Gewalt“.

Frage: Wie kann man nur so viel theoretische Hilflosigkeit mit so viel Sprachgestelze kompensieren! Läßt man die individuelle Hilflosigkeit beiseite und sieht sich die Forderung nach Erziehung in Schulen an (z. B. des BLLV vom 23. 5. 93), dann bleibt Mißtrauen, ob nicht ähnliches Unverständnis hinter der Betonung des Erziehungsauftrages der Schule steht. In den 70er Jahren gab es auch den Ruf nach 'Mut zur Erziehung', die Anpassung an die Wertvorstellungen der Eltern- und Lehrer-generati-on meinte. Trotz Mißtrauens kann man nur hoffen, daß dies auch Anzeichen für eine einsetzende pädagogische Auseinandersetzung mit einer verwirrenden Kinder- und Jugendgeneration sind.

„Menschliche und demokratische Schule, Lehrerverband will Bildungsreform notfalls mit einem Volksbegehren erreichen. ... Bei einer Delegiertenversammlung in Augsburg stellte der wiedergewählte Präsident



Albin Dannhäuser das BLLV-Programm für eine „menschliche, demokratische und leistungsfähigere Schule“ vor. ... Schulstrukturen und Lerninhalte müßten dem gesellschaftlichen Wandel und der damit veränderten Kindheit Rechnung tragen. So wachsen über die Hälfte der Kinder in der Bundesrepublik heutzutage ohne Geschwister auf, jedes dritte Kind erlebt im Laufe seiner Schulzeit die Scheidung seiner Eltern, und fast jedes fünfte Kind wächst nur mit einem Elternteil auf. Immer mehr Kinder seien vernachlässigt, alleingelassen, medien-schädigt und gewalttätig, beklagt Dannhäuser.

Mehr Erziehung

Die Schule müsse sich daher inhaltlich mehr als bisher auf die Erziehung der Kinder konzentrieren, statt Leistungen zu benoten, muß ihnen die Möglichkeit geben, sich als ganzer Mensch zu entfalten, statt ausschließlich ihr Gedächtnis zu trainieren.“ ... (Augsburger Allgemeine Zeitung, Montag, 24. Mai 1993, S 11).

Daß Mißtrauen angesagt ist, bestätigt folgender Zeitungsbericht. (Augsburger Allgemeine vom 28. 6. 93):

„Eltern von gewaltbereiten Kindern hat die Kultusstaatssekretärin Monika Hohlmeier im Extremfall mit Strafen gedroht. (Sie) ... machte deutlich, daß der Staat von seiner Verantwortung für Jugend und Familie nicht zurückweichen dürfe. Sollten die Eltern der Erziehungspflicht nicht nachkommen, verlangte die CSU-Politikerin als allerletzte Maßnahmen auch rechtliche Mittel, 'notfalls bis zur Abmahnung und Geldbuße'.“

Von einer ähnlich schlichten Lösung berichtet dpa aus den USA (laut Augsburger Allgemeine vom 10. Juli 1993):

„Ein Chip gegen Gewalt und Sex. Computer im TV-Gerät soll unerwünschte Sendungen blockieren. Eltern in den USA können möglicherweise schon bald unbesorgt ausgehen, ohne daß ihre Kinder im Fernsehen 'verbotene' Filme mit Sex- und Gewaltszenen anschauen.“

Dieser Vorschlag findet wohlwollende Unterstützung durch die Kommission „Gewalt gegen Medien“ der Landesregierung von Baden-Württemberg, auch wenn

an die „Lehr- und Erziehungskräfte“ appelliert wird, „das Thema Gewalt in den Medien stärker als bisher in den Kindergärten und Schulen anzusprechen und Aufklärungsarbeit zu leisten“ (Frankfurter Rundschau 21. 7. 1993).

Wie bei der öffentlichen Aufregung um das Video-Angebot Anfang der 80er Jahre ebbt die Berichterstattung ab, nicht zuletzt weil die Fernsehveranstalter mit einem 'familienfreundlichen' Programm die bessere Basis für Werbeeinsparungen haben. epd berichtet (18. 9. 1993) vom „Forum Ethik der Medien“ des CDU Parteitag:

„PRO-7-Geschäftsführer Georg Kofler gestand zu, daß das Programmangebot vor zwei Jahren - 'das sind Lichtjahre in Priv.fernsehen' - gewalthaltig war. Heute sende PRO-7 eines der 'gewaltfreiesten Angebote, wenn Kinder vor dem Fernseher sitzen': die Sendungen im Hauptprogramm hätten, die 'größte Akzeptanzchance bei Familienfreundlichkeit'. 'Je weniger Gewalt, desto bessere Buchung der Werbekunden'.“

Es erscheinen auch differenzierende Berichte, die sich mit der Lebenswelt und den Lebensbedingungen der Kinder und Jugendlichen beschäftigen, auch wenn dabei der Blickwinkel 'Kinder und Jugendliche als Täter' bleibt. Selten sind erste Differenzierungen wie im Interview des Ministerpräsidenten von Mecklenburg-Vorpommern, der zur Rostocker Pogrom-Stimmung gegen Ausländer Stellung bezieht:

„Die Kinder waren der verlängerte Arm der Argumentation der Erwachsenen zu Hause ... Viele waren nicht rechts, nicht links, die waren einfach gewaltbereit.“ (Augsburger Allgemeine 24. 7. 1993).

Das simple Argument „gewaltbereit“ verstellt jedoch eine genaue Analyse. Wie hinderlich dieser einfache Argumentationstyp ist, zeigt der Fall angeblichen Satanskults in Thüringen, der durch Medien induziert sei:

„Gewaltspender seien hier vor allem Horror-Videos und -Literatur und die satanischen Texte von Black Metal Bands wie 'Slayer' und 'Enom'. Für

Aufsehen sorgte erst kürzlich der Fall des 15jährigen Gymnasiasten Sandro Beyer, der Ende April im thüringischen Sondershausen regelrecht hingerechtigt wurde. Seine Mörder waren nur wenig älter, kamen aus bürgerlichen Verhältnissen und begründeten ihre Tat mit ihrem Glauben: 'Wir sind Kinder des Satans. Der Tod ist für uns der Zustand absoluter Erfüllung.'“ (Süddeutsche Zeitung vom 28. Juli 1993).

Diese Art der Argumentation ist aus der Berichterstattung bekannt, z. B. in der Zeitschrift ELTERN vom Juli 1991:

„Der Mord geschah nach Drehbuch: Das Messer in der Hand, sprang der 15jährige auf einen Stuhl und stach zu. Sein Ziel: Die Halsschlagader seines Zimmergenossen in einem Jugendwohnheim. Der 14jährige verblutete. Der Gerichtspsychologe bestätigte nach eingehender Untersuchung des Messerstechers, die Tat folge 'einem eingeübten Verhaltensmuster nach Rambo-Art' - also nach Art jenes zweifelhaften Muskel- und Messerhelden, der in seinem Leinwandaufritt 'Rambo III' böse Russen gleich reihenweise metzelt - insgesamt 123 Mann in 100 Minuten. Die Leinwand als Vorbild der wirklichen Bluttat?“

Es gibt selten genaue Recherchen wie im Fall der Thüringer Jugendlichen (Satanskult, Horrorvideos). „Die Zeit“ vom 30. Juli 1993 bringt die detaillierte Analyse, die die Situation zeigt, in der die „Grenzen von Realität und Fiktion zerfließen“, bei der u. a. Machtphantasie, grauenhafte Video-Bilder, Claqueurrituale und neuartige Gruppenstrukturen, die Auflösung eines Staates und dessen kontrollierter Moral u. v. m. eine Einheit eingehen.

Massenkommunikation bringt die neue Theorie für „Kindheit heute“

Die Basis, auf der diese Berichte aufbauen, geht von der inneren Einheit von Kindern bzw. Jugendlichen, Medien und Gewalt aus. Diese Berichte sind das entscheidende Material, mit deren Hilfe sich unsere Gesellschaft über die aktuellen Veränderungen in Bezug auf 'Kindheit und Jugend heute' ver-





Test:

Schließe von der Wahl
des Faschingskostüms
auf die Art des
Medienkonsums



ständig. Diese Verständigung vollzieht sich als Diskussion in den Medien. Es ist keine von Fachleuten geführte Diskussion der Pädagogik oder vergleichbarer Wissenschaften, sondern eine allgemeine, öffentliche Diskussion und Meinungsbildung in den Medien und damit nach deren Darstellungsregeln: griffig, fallorientiert, emotionalisierend, selten werden Hintergründe recherchiert, Agenturen verbreiten schnelleingängige Ereignisse und deren leicht nachvollziehbare, im Prinzip bekannte Deutung und Erklärung. Deswegen dominiert auch das einfache Ursache-Wirkungsmodell der Massenkommunikation. Komplexe Modelle zum Zusammenhang von Alltagsleben und Massenkommunikation haben noch nicht in die öffentliche Diskussion (letztlich auch noch nicht in die pädagogische) Eingang gefunden. Die kritische Distanz pädagogischer Wissenschaft paßt ebenfalls nicht in die Medien und ihre Darstellungsweise. Forschung hat sowieso keine Chance, der schnellebigen Diskussion zu folgen, geschweige sie vorzubereiten. Pädagogen mit ihren forschungsbezogenen Erörterungsverfahren bleiben zeitlich weit hinter der öffentlichen Diskussion zurück, wenn sie überhaupt bereit sind, sich mit dem brennenden Thema 'Kinder, Jugendliche - Massenkommunikation' auseinanderzusetzen.

Die Berichterstattung über Kinder, Fernsehen und Gewalt bräuchte dringend Distanz und Kritik, weil mit dem untauglichen mechanistischen Modell von den Medien als Ursache für Verhalten am falschen Gegenstand (Kinder statt kulturelle und politische Brüche) allgemeine Veränderungsängste zur Sprache kommen. So war Kindheit noch in den 80er der Anlaß, um über Hoffnungen von einer schönen (wenn auch mit der eigenen Kindheit vergangenen), aber auch bedrohten Welt zu sprechen und zu phantasieren. Das Ursache-Wirkungs-Modell der Massenkommunikation, von der Wissenschaft schon lange zu den Akten gelegt³, gibt jetzt der Hoffnung Raum, die berichteten Probleme ließen sich mit einfachen Mitteln, sozusagen technisch lösen. Wen wundert es, wenn ein Microchip die Kinder von den Bildern der Gewalt abhalten und der dadurch ausgelösten Verwahrlosung abhalten soll.

So befremdlich die Medien-Diskussion um Kindheit und Jugend ist, sie thematisiert durch eine der grundlegenden kulturellen Veränderungen, nämlich Leben, Erziehung, Bildung, Kommunikation einer Welt, die mit der Massenkommunikation Kommunikation, Ausdruck, Gestaltung, Verstehen und Sinn verfügbar macht und den

technologischen Formen der Machbarkeit unterwirft.³

2. Kindheit heute: Medienkommunikation im individualisierten Medienmarkt

Wie kann man sich den Medienkindern theoretisch annähern, ohne die ängstigenden Veränderungen in Form von Katastrophen und Defizit auf Kinder oder Jugendliche zu projizieren? Dazu muß Pädagogik eine der zentralen ökonomischen und kulturellen Veränderungen nach der Einführung des Autos in Augenschein nehmen. Von zentralem pädagogischen Interesse ist die Veränderung von Kommunikation innerhalb der Logik der Industriegesellschaft. Medienpädagogik kann sich mit einem der wesentlichen Aspekte der gesellschaftlichen und kulturellen Veränderung auseinandersetzen, nämlich mit der Verschiebung der ökonomischen Schwerpunkte der westlichen Industriegesellschaft hin zu Medienproduktion und Medienverteilung. Diese Verschiebung verändert Kommunikation, Ausdruck und Gestaltung wesentlich, und in der Folge auch unsere Kultur.

Die zentrale kulturelle Veränderung der vergangenen 15 Jahre ist die Umgestaltung des öffentlich verantworteten Rundfunks zu einem gigantischen Medienmarkt,



der sich anschickt, zusammen mit der Informationstechnologie die Stahl- und Autoindustrie in ihrer wirtschaftlichen und politischen Macht zu beerben. Seit dem Fernsehen Ende der 60er Jahre alltäglich wurde, wachsen Kinder mit Fernsehen als Konsumangebot so selbstverständlich auf wie mit dem Riesenangebot an Süßigkeiten, Spielzeug, Mode, Freizeitaktivitäten usw. Die Deregulierung der öffentlich rechtlichen Rundfunkordnung in den 80er Jahren hat die bunte, schreiende, banale, aggressive, sentimentale Bilderwelt zum heiß umkämpften Markt mit viel Entwicklungsdynamik gemacht. Das nach dem Modell der BBC verantwortete Gesamtprogramm - Kriterien waren Information, Bildung und Unterhaltung - ist mittlerweile überholt. Es hat sich ein Abnehmermarkt etabliert, der sich auf die individuellen Medienkonsumwünsche ausrichtet und der wenig zu tun hat mit Fernsehen der 50er Jahre. Damals war „Fernsehen“ ein Familien- und Freizeitaktivität, abends zu Hause. Zur Zeit entwickelt sich dagegen eine „Gemengelage“ von Lebensstilen, Mode, Szenen, Handlungsorten, Lebensentwürfen und Medien. Hierbei ist die vertraute Repräsentationsfunktion der Medien - etwas sachlich, objektiv, wahr zu berichten und darzustellen - unwesentlich, nur noch eine Angelegenheit der angemessenen Sendungs- und Senderdramaturgie. Entscheidend ist dagegen der Konsumaspekt der Massenkommunikation. In einer auf Konsum basierenden sozialen Welt muß die Individualisierung⁴ auch Lebensstile, der Aneignungsweisen und des Handelns erfassen. Voraussetzung dafür ist eine hohe Gleichartigkeit, die durch ein immer dichteres ästhetisches Band in der alltäglichen Welt und durch immer mehr gemeinsame „Bilder im Kopf“ garantiert wird. Dabei spielen die Rezipienten eine entscheidende Rolle, indem sie Einzelmedien individuell zu komplexen Gebilden, sozusagen zur persönlichen Bilderwelt, mischen. In der Logik dieser Verbin-

dung von individuellem Konsum, Selbstverwirklichung und Lebensgestaltung ist für „Begrenzung“ wenig Raum. Die darauf abzielenden Erziehungsformeln wie „Mut zur Erziehung“ dienen deshalb auch eher der emotionalen Entlastung der Öffentlichkeit in Bezug auf die kulturellen Folgen der Deregulierung der bislang öffentlich verantworteten „Medienkommunikation“. Es erscheint mir nicht als der Beginn kulturell bewußter und verantworteter öffentlicher Kommunikation. Die Last bekommen Eltern, ErzieherInnen oder LehrerInnen zugeschoben: sollen sie doch sehen, wie sie das ausgleichen, woran es den Kindern in einer Konsum-, Auto- und Medien-Welt mangelt, sollen sie sich Maßnahmen überlegen, wie sich die Kinder im Überangebot nicht ständig überfordern und das Wesentliche vom Unwesentlichen unterscheiden.

Formen und Funktion der Medienkommunikation im Alltagsleben von Kindern werden mittlerweile auch von der Forschung angemessen untersucht.⁵ Wichtig ist, daß die Medien-erlebnisse sowie die Bilder, Figuren und Geschichten der Medien selbstverständlicher Bestandteil der Sprache und der Ausdrucksmöglichkeiten der Kinder bzw. der Jugendlichen sind. Kinder und Jugendliche verständigen sich mit Hilfe von Filmzitataten, bewerten sich und ihr Handeln, indem sie Filmfiguren oder bestimmte Szenen gut oder schlecht finden, erklären sich und anderen komplizierte Sachverhalte, indem sie ohne viel Worte auf einen bestimmten Aspekt einer Filmerzählung verweisen oder einen Filmtitel nennen.⁶

Eine Funktion von Medienkommunikation, in der Medien als Deutungsmuster die Identitätsentwicklung von Kindern strukturieren, zeigt die gerade veröffentlichte Studie des Münchner Instituts Jugend Film Fernsehen⁷: Fernseh-Cartoons, bei Kindern sehr beliebt und zu den besten Kinderfernsehzeiten auf dem Bildschirm, bieten Jungen und Mäd-

chen wichtiges symbolisches Material, um sich zu verdeutlichen, was denn einen Mann oder eine Frau ausmacht. die Bildschirm-Idole, die sich Mädchen aus den Fernseh-Cartoons wählen, kreisen um folgende Themen (S. 67): „Die Schönheit“ - „Ihr ist die Attraktivität das Wichtigste.“ / „Die Braut“ - „Was immer sie denkt und tut, sie hat stets den Mann im Kopf.“ / „Die Fügsame“ - „Im Mittelpunkt ihres Denkens und Handelns steht die Anpassung“ / „Die Mütterliche“ - „Sie hat den Blick auf alles und hält alles zusammen, insbesondere Familie und Heim.“ / „Die Frau“ - „Sie möchte eine eigenständige Frau sein, sozial, intellektuell und gut aussehend.“

Die Jungen legen sich mit ihren Idolen des Cartoon-Angebotes des Fernsehens auf folgende Themen fest (S. 68): „Der einsame Wolf“ - „Er ist der Typ des Einzelgängers, der sich allein durch das Leben schlagen muß.“ / „Der kleine Gendarm“ - „Recht und Ordnung beherrschen sein Denken.“ / „Das edle Phantom“ - „Unsichtbar aus dem Verborgenen tut er Gutes.“ / „Der gute Freund“ - „Auf ihn kann man sich verlassen.“ / „Das schlaue Kerlchen“ - „Es meistert die Probleme der Welt mit Köpfchen, Geschick und Mundwerk.“ / „Der kribbelige Späher“ - „Aus einer sicheren Position heraus, neugierig und aufgeregt schaut er nach Interessantem, besonders nach der Welt der Erwachsenen und dem weiblichen Geschlecht.“

Ob nun diese Fernseh-Idole, die ohne jede utopische Perspektive überholte Identitätsmuster festklopfen, ob Gespräche eröffnet oder Spielangebote ausprobiert werden, die Angebote der Massenkommunikation sind in das Leben, Denken, Fühlen und Handeln der Kinder und Jugendlichen integriert. Dabei kommt immer Konsum und sinnvolles Handeln gleichzeitig zum Tragen: Konsumieren heißt, daß möglichst viele Menschen sowohl auf gleichartige Weise als auch hoch individualisiert über Produkte - beim Fernsehen ist das symbolisches Material (Bilder, Geschichten, Figuren usw.) - verfü-



gen und sich diese aneignen. Das konsumierte symbolische Material wird von den Rezipienten sinnbezogen in ihr Alltagshandeln und ihr Alltagsleben integriert. Der individualisierte Konsum vorfabrizierter und standardisierter Bilder funktioniert nur deshalb, weil die Menschen diese Bilder in ihr sinnvolles Handeln und Erleben integrieren, was aber nur möglich ist, weil sie ihr Handeln und Erleben auf die spezifische Medienstruktur der Bilder einstellen.

Kinder und Jugendliche leben mit diesem Bilderkonsum und integrieren das Bildangebot in ihr Leben. Das widerspricht dem im 19. Jahrhundert geprägten pädagogischen Bildungsvorstellungen als Persönlichkeitsentfaltung „in der Auseinandersetzung mit der Welt der Kultur, mit der Kunst, Wissenschaft und Geschichte; Kultur ist nichts Selbstverständliches, sondern eine Aufgabe, ein ethischer Imperativ, man muß sie aneignen und fortentwickeln“⁸. Wie wollen wir mit dieser Art zu denken, den Medien- und Konsumkindern gerecht werden? Zudem hat sich die Eltern- und Großelterngeneration wenig Bildungs-Sorgen gemacht, als es um die radikale Ausweitung des Fernsehens zu einem dominanten Markt ging. Heute erschrickt man jedoch, weil die Kinder und Jugendlichen auch die Tabu-Darstellungen von Gewalt und Horror in ihr Leben integrieren.

Nicht die Gefährdung der Tabus der Erwachsenen sollte Pädagogen und Eltern erschrecken, sondern die Selbstverständlichkeit der Medienkommunikation als Grundlage von Kindheit. Auf dieser Basis entwickeln sich im Augenblick kulturelle Mechanismen, die es zur Kenntnis zu nehmen gilt und auf die Unterricht und Erziehung aktiv eingehen müssen.

3. Entwicklungstrend: individuelle, mythische Bilderwelten

Auf der Basis selbstverständlicher Medienkommunikation entstehen individuelle, mythische Bilder-

welten, die sich mit Lebensstilen, Szenen und Medien mischen. Dabei sind die Menschen nicht mehr nur als Medienrezipienten aktiv, sie bauen sich aus dem symbolischen Material der Medien, der favorisierten Orte, der life-style-Klamotten und -Accessoires ihre stabile Lebenswelt und Ausdrucksweise, die sich mehr oder weniger stetig, sozusagen mit den jeweiligen „Moden“ verschieben.

Was geschieht, läßt sich noch nicht mit einer einfachen Sprache beschreiben. Trotzdem hier der Versuch, die beiden wesentlichen Punkte in Thesen zu fassen:

• Individuelle Bilderwelten

Individuelle und intertextuelle Aneignung von Medien führt zu mythischen Bilderwelten. Die In-

Voraussetzung für weitergehende Individualisierung ist eine hohe Gleichartigkeit. Das immer dichter gewobene ästhetische Band in der alltäglichen Welt und die gemeinsamen „Bilder im Kopf“ garantieren und erzeugen die notwendige Gleichartigkeit. Auch hierbei spielen die Rezipienten eine entscheidende Rolle, indem sie Einzelmedien auf der Basis von Medienkommunikation individuell zu komplexen Gebilden, sozusagen zur eigenen Bilderwelt, mischen.

• Flexible Figurationen von Lebensstilen und Medien

Im Kommunikations- und Handlungsgefüge von Aneignen, Rezipieren, Darstellen, Handeln entstehen individuelle und flexi-



... die Selbstverständlichkeit des Medienkonsums als Grundlage von Kindheit ...

tegration von Mediensymbolik, Medienerlebnissen und Rezeptionssituationen in das alltägliche Handeln bzw. in die Alltagskommunikation der Menschen ist die Basis für diese Fortentwicklung der Massenkommunikation, in der die Repräsentationsfunktion der Medien unwesentlich wird. Entscheidend ist dagegen der Konsumaspekt der Massenkommunikation. In einer auf Konsum basierenden sozialen Welt muß die Individualisierung⁹ auch Lebensstile, Rezeptionsweisen, Handeln, Ausdruckformen erfassen.¹⁰ Konsumierbare und marktkonform produzierte Ästhetik bringt den dafür notwendigen Bezugsrahmen, denn

ble Netze („Figurationen“) von Lebensstilen und Medien, die den Charakter individueller Wirklichkeit annehmen. Massenkommunikation übernimmt hier eine wichtige Verbindungs- und Integrationsaufgabe. Sie wird zur Voraussetzung für die Entwicklung individuell verbundener Strukturen („Figurationen“). In ihnen bilden Medienerlebnisse, Mediensymbolik und Handlungsstile eine innere flexible Einheit. Hierbei spielt Massenkommunikation und ihre Dramaturgie eine maßgebliche Rolle, indem Medien als Serien, zusammen mit Merchandising, über Medienberichterstattung und als ständige Zitate und Anleihen

miteinander verflochten sind und eine quirlige Einheit bilden.

Individuelle Bilderwelten entstehen im Lebenslauf und indem sich aktuelle Medien, Werbung, öffentliche Themen, Stile, Räume mischen. Es gibt somit keine Einzelmedien mehr, sondern komplexe, auf andere Medien bezogene, d. h. intertextuelle Gebilde. Auch bei dieser intertextuellen Verbindung sind die Rezipienten aktiv und mischen ihre hoch individuelle, eigene Bilderwelt.

Beispiele:

• Von Alf zu Rambo - Medien mischen sich individuell im Lebenslauf

Ein etwa 10jähriger Junge erzählt anderen Kindern, die ihn mit der Videokamera nach Hause begleitet haben:¹¹

„Wenn ich drei Tage hier bin, in den Ferien, dann muß ich sofort in die Stadt. Da kauf ich mir aber so Sachen, immer. (Frage: Was denn?) Das war Alf oder Rambo oder sowas. Sylvester Stallone mag ich am meisten. Alf nicht mehr, den kann ich nicht mehr leiden. Hab ich aufgehört zu sammeln.“ Er öffnet eine Schachtel. Sie ist voll mit Bildern, auf denen Sylvester Stallone in seinen typischen Rollen zu sehen ist: als Soldat Rambo, als Rocky.

„Ja aber, den finde ich besser. Weil er so gut aussieht, weil er so knallhart ist. Und, weil er so knallhart ist, stark ist und so Muskeln hat. Da ist er City Cooper, ein knallharter Bulle. - Da hat er gerade seinen Freund befreit. Und hier macht er sich sein Schweißband. Da war das im ersten Teil. Ich tausche auch manchmal“ (mit anderen Kindern die Bilder).

Hier werden nicht nur über den Schauspieler Sylvester Stallone verschiedene Männerfiguren des Action-Genres verbunden, sondern auch noch gegen die Hauptfigur (Alf) eines völlig anderen Genres abgegrenzt. Dabei geht es um altersspezifische Entwicklungsthemen: von der Pubertätsfigur des liebenswerten Chaoten Alf im Kontext der Familienserie zur Männerfigur, die keine emotionsbezogene Sprache

und Mimik hat, die in der Regel bedroht ist und deshalb kämpft.

• Mini Playback Show auf dem Schulhof¹²

Kinder und Jugendliche mischen ihre individuellen Medien und Lebensstile zu komplexen Gebilden. Dazu benutzen sie u. a. spezifische Kennzeichen und Orte, T-Shirt-Aufdrucke, Trend-Discos, Fernsehserien und auch Formen von Fan-Gruppen¹³.

In einer vierten Klasse waren die Kinder nicht zu bewegen, für das Sommerfest etwas anders vorzubereiten als die Mini Playback Show. Dazu brauchen sie nur eine kleine Treppe und einen möglichst lauten Radiorekorder, mit dem sie den Song ihrer Lieblingsgruppe oder ihres Musikstars spielen können. Sie präsentieren sich tanzend vor ihren Mitschülerinnen und Mitschülern als ihre Band oder ihr Star. Es ist klar, wie sie dies zu tun haben, Schrittfolge und Art der Präsentation ist nicht beliebig. Ein Mädchen folgt dabei Michael Jackson nicht nur in Gebärden und präzisen Tanzbewegung, sie hat sich auch wie Michael Jackson angezogen.

Die Präsentation muß nicht ausgehandelt werden, es gibt kein Montag-Morgen-Chaos, denn sie folgen der RTL-Serie „Mini Playback Show“, die wiederum die traditionellen Show-Muster integriert, z. B. die Treppe, die als Präsentationsmöglichkeit nicht fehlen darf; die Figur der Moderatorin, die nie auf Widerspruch, sondern nur auf wortlose Unterwerfung der Mitspieler angelegt ist. Die Kinder bringen jedoch eine wesentliche Änderung, sie tanzen nur nach aktueller Musik, nicht wie in der Serie nach Oldies. Innerhalb des Serienrahmens präsentiert jede bzw. jeder allein oder in Mini-gruppierung von maximal drei Personen ihre relevante Musikgruppe, Star oder Musiktitel. Alles geschieht nahezu wortlos, jedoch auf der Basis der Fernsehserie und der aktuellen Musik-Charts. Dabei ergibt sich ein individualisiertes und gemeinsames Handlungsgebilde auf der Basis komplexer

Bild- und Tonmischungen, die jedoch nicht verbalisiert werden.

Die Musikgruppen, auf die sich die Kinder beziehen:

- Guns'n Roses: ein Titel der aus der damaligen Hitparade stammen könnte. Image: Hard Rock analog zu den Rolling Stones = Sex, Drugs and Rock'n Roll. Auf einem der T-Shirt ist Exel Rose zu sehen. Die Stirnbänder der Jungen entsprechen der Gruppe Guns'n Roses
- Nicki: I bin a bayrisches Cowgirl
- Boys 2 men: Lied „All 4 Love“
- Die Prinzen (Band der DDR oder der Neuen Bundesländer): Lied „Ich wär so gerne Millionär“
- Michael Jackson: vermutlich Stück aus „Dangerous“

Beide Szenen sind harmlos, erscheinen eher banal, jedoch nur, weil die beteiligten Kinder innerhalb einer gemeinsamen Szene und gemeinsamen Medienerfahrungen handeln. Konfliktpotential ist gleichwohl vorhanden. Ob sich Sprüche „weil er so knallhart ist, stark ist und so Muskeln hat“ mit der Mini-Playback-Show ohne Mißverständnis und wilde sprachlose Aktionen verbinden oder abgrenzen lassen, kann man nicht voraussagen. Wichtig ist zudem, daß die Film- und Fernsehfiguren Alf und Stallone nichts mit Musikstücken, Musikvideos zu tun haben. Ein gemeinsamer Genre-Bezugsrahmen fehlt also, müßte erst hergestellt, vielleicht erzwungen werden. Zudem ist offen, welchen spezifischen Sinn die jeweiligen Gewaltdarstellungen innerhalb der jeweiligen Bezugsrahmen machen. Offen ist der Einfluß möglicher Fangruppen. Krasses Beispiel wären Gruppen, bei denen sich u. a. Heavy-Metal-Symbolik mit den Zeichen, Figuren und Handlungsmustern des Nationalsozialismus mischen. Damit lassen sich sadistischen Ausgrenzungs- und Heldenphantasien befördern, die Angst kompensieren. Angst, die für unterschiedliche thematische Konflikte steht, ob nun Angst vor Erfolgsdruck in Schule oder Beruf, vor Frauen oder Männern, vor Fremden oder Fremdem, vor Sexualität, vor der eigenen Wildheit. Angst ist



vermutlich wesentlich wichtiger im Verbund mit Jugendszenen und Medienbildern als die Aggression des Täters. Opfer zu sein, ist ein wesentliches Moment des Männerbildes des beliebten Action-Genres. Opfer dominieren ebenfalls im Reality-TV. Es spricht viel dafür, daß sich die Zuschauer emotional an den Opfern orientieren.¹⁴ Die Männerbilder des Action-Genres stilisieren den bedrohten Mann zum Helden, weil er in seiner tödlichen Bedrohung kämpft und die Angreifer zerstört. Gerade bei Rambo - diese Figur symbolisiert in der öffentlichen Diskussion um Jugendliche und Gewalt die Gewaltverherrlichung und Aggression - ist der merkwürdige Mechanismus zu sehen: Der sprachlose und tödlich bedrohte Held schreit in der amoralischen Welt der Intrigen und Falschheit auf und tötet als unverwundbarer Einzelkämpfer seine Feinde, die Feinde von Moral und Anstand. Sein Kampf ist in ballettartige Inszenierung und in faschistoide Körperästhetik integriert, die die Folgen des Kampfes, die Zerstörung von Menschen, Schmerz und Leid, nicht erkennen läßt. Der bedrohte, sensible, sprachlose Mann ist ein gefährlicher Heldenmythos, insbesondere weil er sich mit faschistischen Männerbildern integrieren läßt und Angst in moralisch legitimierten Kampf ummünzt. Nimmt man hierzu noch Kampfszenarien wie Gotcha (sich mit Farbmunition beschießen), Laserkampfsportdiscos und interaktive Videospiele hinzu, dann ist für Jugendliche eine bedrohliche, nach hartem Kampf und Abwehr schreiende Lebenswelt entstanden, die sehr wohl zu pädagogischer Sorge Anlaß gibt.

In diesem Kontext müssen neue Formen des Verstehens und des sozialen Lernen entwickelt werden. Das setzt eine Theorie der „Medienkinder“ voraus, das diesen in ihren Chancen und Utopien, in ihren Schwierigkeiten, Verwirrungen und Bedrohungen gerecht wird. Die öffentliche Diskussion der Massenkommunikation über Kinder, Gewalt und Medien pro-

duziert dagegen nur ein ideologisches und pädagogisch unbrauchbares Bild der Kindheit und Jugend. Kindheit und Jugend entwickelt sich in individuellen, mythischen Medienwelten, in denen Kinder und Jugendliche sich mit perfekten Medien-Mythen sprachlos verständigen und in denen sie innerhalb stetig ändernder Szenen und Stile jeweils selber zu ihrem eigenen, weil erlebbaren Maßstab der sozialen Wirklichkeit werden. ■

Anmerkungen und Literaturnachweis:

1. Wie müßte denn die „Dritte Heimat“ aussehen? Sie wird sich ganz anderer filmischer Mittel bedienen, um über die 80er, 90er Jahre nachzudenken. Es wird kein ausladendes Epos sein mit langen Einstellungen und einer Kamera, die auf verschiedenen Ebenen die Menschen, ihre Beziehungen und Situationen umkreist, um ihre Entwicklung zu beschreiben. Wer hätte sich vor 30 Jahren schon gedacht, daß die Fernsehserie das geeignete Mittel ist, um über die Jugend der 60er Jahre zu reflektieren. Die Stilmittel von Action, Fiction, Werbung und Videoclip werden wahrscheinlich die „Dritte Heimat“ prägen.
2. Langenbacher, Wolfgang R./Räder, Georg/Weiß, Hans-Jürgen: Zur Notwendigkeit einer Neukonzeption der Massenkommunikationsforschung in der Bundesrepublik. In: Berg, Klaus/Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.): Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung, Mainz 1978, S. 9-39
3. Horkheimer und Adorno haben dies in den 40er Jahren beschrieben. Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W.: Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug. In: Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. Dialektik der Aufklärung, New York 1944, Frankfurt 1969, S. 128-176
4. Vgl. dazu Bachmair: Bildschirmleben. Anthropologische Aspekte zur Massenkommunikation. In: Communication Socialis, 25. Jahrgang 1992, Heft Nr. 2, S. 144-155, Paderborn 1992. Wichtig ist hier die Arbeit von Gerhard Schulze: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main 1992, 2. Auflage (1. Auflage 1992) (Campus Verlag)
5. Baacke, Dieter u. a.: Jugendliche im Sog der Medien. Medienwelten Jugendlicher und Gesellschaft, Opladen (Leske und Budrich) 1989
Barthelmes, Jürgen/Feil, Christine/Furtner-Kallmünzer, Maria: Medienerfahrung von Kindern im Kindergarten, München (HDJ) 1991
- Boeckmann, Klaus/Hipfl, Brigitte: Fernsehen - Sucht oder Bereicherung? Untersuchungen zum kindlichen Fernsehverhalten im Kabelzeitalter, Wien (Braunmüller) 1989
- Charlton Michael/Neumann, Klaus: Medienkindheit - Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung, München (Quintessenz) 1992
- Charlton, Michael/Bachmair, Ben (Hrsg.): Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen (Schriftenreihe des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsforschung: Bd. 24), München, New York (Saur) 1990
- Charlton, Michael/Neumann, Klaus u. a.: Medienrezeption und Identitätsbildung. Kulturpsychologische und kultursoziologische Studien zum Mediengebrauch von Volksschulkindern, Tübingen (Nan) 1990
- Hurrelmann, Bettina: Fernsehen in der Familie. Auswirkungen der Programm-erweiterung auf den Mediengebrauch, Weinheim, München (Juventa) 1989
- Paus-Haase, Ingrid/Hölterschinken, Dieter/Tietze, Wolfgang: Medien im Alltag von jungen Kindern. Ein Buch für Eltern und Erzieherinnen, Münster (Copyright bei den Autoren) 1990
- Paus-Haase, Ingrid: Neue Helden für die Kleinen. Das (un)heimliche Kinderprogramm des Fernsehens, Münster und Hamburg (Lit Verlag) 1991
- Rogge, Jan-Uwe: Kinder können Fernsehen. Vom sinnvollen Umgang mit dem Medium. Reinbeck b. Hamburg (Rowohlt) 1990
- Schorb, Bernd/Anfang, Günther: Was machen „Airwolf“ und „Knight Rider“ mit ihren jugendlichen Zuschauern? Eine Untersuchung zweier Fernsehserien und ihrer Beurteilung durch Jugendliche (Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Nr. 1), München (?) 1990
- Theunert, Helga/Pescher, Renate/Best, Petra/ Schorb, Bernd u. a.: Zwischen Vergnügen und Angst - Fernsehen im Alltag von Kindern. Eine Untersuchung zur Wahrnehmung und Verarbeitung von Fernsehinhalten. HAM-Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für Medien, Bd. 5, Berlin: Vistas 1992
6. Vgl. Jazu Beispiele und Argumente in „Medienimpulse“ 1992, Heft Nr. 1 im Beitrag „Bewegte Bilder - veraltete Schule“, S. 15-23
7. Theunert, Helga (Hrsg.): „Einsame Wölfe“ und „Schöne Bräute. Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden. Bayrische Landeszentrale für neue Medien München, BLM-Schriftenreihe 26 Reinhard Fischer Verlag, München 1993
8. Nipperdey, Thomas: Deutsche Geschichte. 1800-1866. Bürgerwelt und starker Staat. München (Beck) 1993, 6. Auflage, S. 478
9. Individualisierung im Kontext der „Kulturindustrie“ wurde schon von Horkheimer und Adorno in den 40er Jahren und von Elias als Zivilisationstrend in den 30er Jahren beschrieben.



Horkheimer, Max / Adorno, Theodor W.: Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug. In: Dto.: Dialektik der Aufklärung. New York 1944, Frankfurt 1969, S. 128-176; Elias, Norbert: Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. 1. Band: Wandlungen des Verhaltens in den westlichen Oberschichten des Abendlandes. 2. Band: Wandlungen der Gesellschaft. Entwurf einer Theorie der Zivilisation. Frankfurt (Suhrkamp) 1979, 6. Auflage

- 10. Die Veränderung in der Rezeption und der Nutzung von Fernsehen geht weg vom >Bilderstrom in der Familien-Freizeit< hin zu individualisierten Nutzungsformen im Kontext von spezifischen und wechselnden Figurationen. Diese Veränderung wird beschrieben von Berg, Klaus/Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.): Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1990. Schriftenreihe Medien Perspektiven. Baden-Baden 1992

Wolfgang Neumann-Bechstein: Vom Gewohnheits- zum Gelegenheitsfernsehen. Fernsehnutzung und Programmkonzepte im Umbruch. in: Spiel 10 (1991), Heft 1, 81-113

Kultur und Medien, Angebote - Interessen - Verhalten. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Schriftenreihe Media Perspektiven. Baden 1991

- 11. Das Videoband und das Fallbeispiel stammen von Prof. Dr. Jürgen Heckmanns, Universität Bielefeld

- 12. Aufenanger, Stefan: Die Mini Playback Show - „Kann Verkleiden Sünde sein?“. In: medien praktisch, Heft 4/91, S. 13-15

- 13. Winter, Rainer: Die Produktivität der Aneignung. Zur Soziologie medialer Fankulturen. In: Holly, Werner/Püschel, Ulrich (Hrsg.): Medienrezeption als Aneignung. Qualitative Medienforschung interdisziplinär. (Westdeutscher Verlag) 1993

- 14. Vgl. dazu die Arbeiten von Jürgen Grün: Die Faszination des Schreckens - Warum Horrorfilme so attraktiv sind. In: Film & Fakten, Nr. 18 S. 2-5 1992

Der kultivierte Schrecken. Erlebnisweisen von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments. (Vortrag auf der internationalen Konferenz der deutschen und niederländischen Filmprüfstelle am 29.-30. Oktober in Den Haag) in: Publizistik 1993

Die Lust an der Angst - Grenzerfahrungen der Unterhaltung. In: Bertelsmann Briefe, Heft 128, S. 58-62 1992

Vom wahren Schrecken. Schockerlebnisse in der Mediengesellschaft. In: Medien praktisch, S. 22-27 März 1993



Zum Autor:

Univ. Prof. Dr. Ben Bachmair ist Ordinarius an der Universität Kassel.

Zeichnungen: Dr. Gabriele Zuna-Kratky