

Günter Helmes / Ariane Martin /
Birgit Nübel / Georg-Michael Schulz
(Hrsg.)

Literatur und Leben

Anthropologische Aspekte in der Kultur der Moderne

Festschrift für Helmut Scheuer
zum 60. Geburtstag

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Literatur und Leben: Anthropologische Aspekte in der Kultur der Moderne ;
Festschrift für Helmut Scheuer zum 60. Geburtstag / hrsg. von Günter Helmes ... –
Tübingen : Narr, 2002
ISBN 3-8233-5883-9

© 2002 · Gunter Narr Verlag Tübingen
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Werkdruckpapier.

Internet: <http://www.narr.de>
E-Mail: info@narr.de

Satz: Andreas Wiehe, Siegen
Druck: Gulde, Tübingen
Verarbeitung: Nädele, Nehren

Printed in Germany

ISBN 3-8233-5883-9

Inhalt

Vorwort	11
---------------	----

I

<i>Joachim Bark</i> Poststrukturalistisches Lesen der <i>Bibel</i> ?	15
---	----

<i>Claudia Brinker-von der Heyde</i> Biographisches Spiel und gespielte Biographie. Ulrichs von Lichtenstein <i>Frauendienst</i> und Gerhart Hauptmanns <i>Ulrich von Lichtenstein</i>	27
--	----

<i>Lothar Bornscheuer</i> „[...] und suche das Gründliche was als Capital Interessen tragen muß“. Zur historischen Existenzgründung des „Dichtergenies“ auf dem Buchmarkt an den Beispielen Klopstock und Goethe	39
---	----

<i>Günter Helmes</i> <i>Bunte Steine</i> als „Supplement der Gesetze“? Eine Relektüre Adalbert Stifters	55
---	----

<i>Wolf Wucherpfenning</i> Gustave Flaubert: <i>Salammô</i> – der fremde Spiegel	71
---	----

<i>Stefan Greif</i> „Wo sind die Pièces de résistance?“ Kunstkritik und Bildbeschreibung bei Fontane	89
--	----

<i>John Osborne</i> Die Lust am Text. Zum Verhältnis von Literatur und Leben in Conrad Ferdinand Meyers <i>Plautus im Nonnenkloster</i>	101
---	-----

<i>Ariane Martin</i> Biographische Travestien. Formen künstlerischer Selbstinszenierung in der Moderne	117
<i>Peter Hasubek</i> Eine „Selbstbiographie neuesten Datums“? Theodor Fontanes <i>Von Zwanzig bis Dreißig</i>	131
<i>Andreas Wicke</i> Der paradoxe Dandy. Richard Schaukals <i>Leben und Meinungen des Herrn</i> <i>Andreas von Balthesser</i>	147
<i>Uwe Vormweg</i> Die verstoßene Tochter. Zum Schiller-Zitat in Gerhart Hauptmanns <i>Die Ratten</i>	161
<i>Kyu-Hwa Chung</i> Gerhart Hauptmanns <i>Ketzer von Soana</i> . Die Wandlung eines jungen Priesters	173
<i>Renate Werner</i> <i>Die Sorge des Hausvaters</i> . Ein sprachkritischer Scherz Franz Kafkas	185
<i>Jens Flemming</i> Geschaute Zukunft. Italien und Palästina als Reiseziele deutscher Intellektueller nach dem Ersten Weltkrieg	199
<i>Birgit Nübel</i> „Totalität“ und „relative Totale“. Randbemerkungen zu Georg Lukács und Robert Musil	213
<i>Helmut Kreuzer</i> Über Menschenleben, Jugend und Tod. Einblicke in Themen, Thesen und Handlungen früher deutschsprachiger Hörspiel-Archivmanuskripte (1926-1933)	233
<i>Jens Malte Fischer</i> <i>Krieg und Dichtung</i> . Zur Physiognomie eines „Volksbuchs“ aus dem Jahr 1943	249

Friedrich Voit

Deutsch-jüdische Literatur im Schatten der Shoa. Zum Werk des Schriftstellers Gerson Stern (1874-1956) 257

Georg-Michael Schulz

„Der Übergang ins Anorganische“. Paul Celans Gedicht *Schneebett* 271

Karl Prümm

Alles sehen, alles fühlen. Zur Entgrenzung der autobiographischen Erinnerung in *Jugend* (1976) von Wolfgang Koeppen 281

Nikola Roßbach

Franz Hohlers verkehrte Welten – beim Wort genommen 293

Klaus-Michael Bogdal

Erhofftes Wiedersehen. Dieter Fortes Romantrilogie *Das Haus auf meinen Schultern* 305

II

Wilhelm Köller

Die begriffliche, die bildliche und die erzählerische Sinnbildungskraft der Sprache 321

Hans Otto Spillmann

Ein Theaterskandal in der Provinz. Zu den textlinguistischen Implikationen des ‚Diskurs‘-Begriffs 335

Norbert Kruse

Schreiben in der Grundschule. Didaktische Überlegungen zur Herausforderung literarischer Fähigkeiten bei Kindern 343

Ben Bachmair

Medien ohne vertrauten kulturellen Rahmen. Auf der Suche nach Bewertungsmöglichkeiten 359

Waltraud ‚Wara‘ Wende

Die Räder der Freiheit. Technik-, kultur- und literaturgeschichtliche Aspekte neuer Mobilität 375

<i>Peter Seibert</i> „The War as Seen by Children“? Kinderzeichnungen und Exil	387
---	-----

<i>Horst Dippel</i> Politischer Kulturtransfer. Amerikanische Besatzungspolitik und demokratischer Neuanfang in Nordhessen, 1945-1949, oder Die Suche nach den verschollenen Demokraten der ersten Stunde	399
--	-----

III

<i>Helmut Scheuer</i> Verzeichnis der Publikationen	415
Tabula gratulatoria	427

Medien ohne vertrauten kulturellen Rahmen

Auf der Suche nach Bewertungsmöglichkeiten

Die öffentliche Diskussion zu Endemols *Big Brother* im Frühjahr 2000 war ebenso heftig wie von der Gewissheit durchdrungen, mit diesem Format heble das Fernsehen die Menschenwürde aus. Innerhalb weniger Wochen wandte sich dann die Diskussion vom Format ab und konzentrierte sich auf die dargestellten Figuren, wobei Zlatko prominent wurde.¹ *Pokémon*, der parallel laufende Hit für Kinder, zog oder stieß wegen seiner Fremdheit an oder ab. Familien diskutierten es recht kontrovers wegen des extrem hohen Taschengeldbedarfs. Lehrerkollegien verhängten *Pokémon*-Verbote, unter anderem, weil die 150 *Pokémon*-Figuren die Aufmerksamkeit der Kinder vom Unterricht abzogen.²

1 Medienfunktionen und kultureller Kontext

Mit distanziert wissenschaftlichem Blick lässt sich *hinter* dem Ärger über die Grenzverletzung auf dem Bildschirm eine tieferliegende Beunruhigung entdecken: die Vertrautheit mit Fernsehen wird brüchig. Weil Fernseh- bzw. Medien-Innovationen außerhalb unserer vertrauten kulturellen Bezugsrahmen *passieren*, verlieren wir die Selbstverständlichkeit, Funktionen, Erscheinungsformen und Zusammenspiel von Medien zu definieren, zu erklären und zu bewerten. Ein Blick zurück in die neuere Medien-geschichte, die die empirische Fernsehforschung begleitet hat, zeigt für die Phase der Veralltäglichsung des Fernsehens erst die Verärgerung über oder die Furcht vor Fernsehen, dessen Publikum sich von der Zeitung abwandte,³ um dann das neue Zusammenspiel aus der Sicht der Mediennutzer bei einer heute üblichen täglichen Mediennutzungszeit von ca. 8,5 Stunden (Mediennutzer ab 14 Jahre) zu entdecken.⁴ Diese quantitative Veränderung geht einher mit einer funktionalen. In den sechziger und siebziger Jahren stand Fernsehen als neues Medium im Vordergrund der Diskussion;

¹ Vgl. F.A.Z.-Institut: *Big Brother Medienmonitor 2000. Von der moralischen Entrüstung zum Kultur-Event. Die Erfolgsgeschichte Big Brother im Spiegel der Medien.* Unveröffentlichter Bericht. Mainz 2000.

² Vgl. Ben Bachmair: *Abenteuer Fernsehen. Ein Begleitbuch für Eltern.* München 2001, S. 145ff.

³ Vgl. *Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung.* Hrsg. von Klaus Berg und Marie Luise Kiefer. Mainz 1978.

⁴ Vgl. Christa-Maria Ridder, Bernhard Engel: *Massenkommunikation 2000. Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. Ergebnisse der 8. Welle der ARD/ZDF-Langzeitstudien zur Mediennutzung und -bewertung.* In: *Media Perspektiven* 3 (2001), S. 102-125.

als es sich von der Ergänzung des Familienlebens in der Form des Heimkinos dann zu einem kommunikativen Alltagsinstrumentarium mauserte.⁵ Die Durchdringung von Alltagsleben und Alltagshandeln mit dem kommunikations- und informations-technologischen Instrumentarium bzw. dessen Programmangeboten, die weit über Fernsehen in der angestammten Form hinausgingen, veränderte nicht nur dessen Erscheinungsformen, sondern auch die angestammte Funktion von Medien. So sind im Alltagsleben mittlerweile Formen der Medienkommunikation vertraut und selbstverständlich,⁶ die weit über das hinausgehen, was die frühen Medientheorien, zum Beispiel die vom Informationstransport,⁷ als Funktionen technischer Medien überhaupt ahnen konnten. Gesellschafts- und kulturorientierten Fragestellungen wie beispielsweise denen von Horkheimer und Adorno,⁸ Benjamin⁹ oder McLuhan¹⁰ war es dagegen selbstverständlich, dass sich der gesellschaftlich-kulturelle Rahmen mit sich ausweitenden beziehungsweise sich verändernden Medienfunktionen neu formiert. McLuhans Sprachspiel vom Medium als der Botschaft zeigt die argumentative Linie. So ist eine der Fähigkeiten technologisch definierter Medien, Botschaften zu transportieren, nur in ihrer kulturellen Entwicklungsdynamik bemerkenswert, weil sich damit Weisen der Kommunikation und des Alltagslebens sowie Formen des Erlebens oder vorrangige Modi der Repräsentation in den gesellschaftlichen und kulturellen Vordergrund schoben, vertraute dagegen nachrangig wurden und hierbei sowohl ihre kulturelle Selbstverständlichkeit als auch ihre Prägekräft einbüßten. In dieser Dynamik sind Hoffnungen, es gebe vertraute Bewertungsrahmen oder sogar Bewertungsmaßstäbe, obwohl Kultur und mediale Repräsentationsformen in Bewegung sind, wenig hilfreich. *Big Brother* endete in Deutschland mit dem Desinteresse der Zuschauer bei der dritten Staffel, nicht weil Politiker, Feuilletons oder Boulevardzeitungen die für sie typischen moralischen Diskurse führten. Ebenso ist *Pokémon* „mega out“, was sich die Grundschulkinder gegenseitig mitteilen, ohne dass *Schule* auch nur eine Idee davon entwickelte, welche kulturhistorisch bemerkenswerte Aneignungsform den verschiedenen Repräsentationsmodi von *Pokémon* zu eigen war. Die weitverbreitete Ablehnung durch Schule war für das Interesse von Kindern irrelevant.

⁵ Vgl. Ben Bachmair: Alltag als Gegenstand von Fernsehforschung. In: *Medienkommunikation im Alltag. Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen*. Hrsg. von Michael Charlton und Ben Bachmair. München 1990, S. 57-75.

⁶ Vgl. Roger Silverstone: *Television and Everyday Life*. London 1994; *Medienkommunikation im Alltag*. Horst Holzer: *Medienkommunikation. Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen*. Opladen 1994.

⁷ Vgl. zum Beispiel Harold D. Lasswell: *The Analysis of Political Behaviour. An Empirical Approach*. London 1947. 1966.

⁸ Vgl. Max Horkheimer, Theodor W. Adorno: Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug. In: Horkheimer, Adorno: *Dialektik der Aufklärung*. (Zuerst New York 1944.) Frankfurt am Main 1969, S. 128-176.

⁹ Vgl. Walter Benjamin: *Das Kunstwerk im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit*. (Zuerst frz. 1936; dt. 1955.) Frankfurt am Main 1981.

¹⁰ Vgl. Herbert M. McLuhan: *Die magischen Kanäle. „Understanding Media“*. Düsseldorf, Wien 1968.

2 Mediale Alltagsobjektivationen in den Repräsentationsformen aktueller Medien- und Ereignisarrangements

Will man Medien in ihren verschiedenen Erscheinungsformen bezogen auf Kommunikation, Alltag und Kultur diskutieren und bewertend einordnen, braucht man ein theoretisches Verbindungsmittel. Dazu eignet sich der Gedanke der kulturellen Objektivationen, die, formal gesehen, Sedimente von Handlungen sind. Programmangebote im Fernsehen oder im Internet sind ebenso wie deren technologisches Instrumentarium Sedimente komplexer individueller und institutioneller Handlungen, die nur mit Hilfe einer Fülle vorausgehender und aktueller medialer Repräsentationen möglich werden. Repräsentationen sind beispielsweise all das, was auf dem Bildschirm von Fernsehen oder Internet sichtbar wird. (Vielleicht fungieren auch schon das jeweilige technische Instrumentarium und die Organisationsformen als Repräsentationsformen?)

„Möglich werden“ schließt als Aktivität nicht nur das Herstellen, sondern auch die aneignende Verwendung der Repräsentationen, die vom Denkansatz her immer symbolischer Natur sind, ein. In diesem Modell des Herstellens und des Aneignens – Thomas Berger und Peter Luckmann¹¹ haben dies Modell, Bezug nehmend auf Alfred Schütz,¹² in seinen Facetten dargestellt – sind Repräsentationen Objektivationen, die sich zwar in ihren Erscheinungsformen gewaltig unterscheiden, in ihrer grundlegenden Funktion im Kontext des Handelns und der Alltagswelt jedoch entsprechen. Ob Bild oder anfassbarer Gegenstand, sie sind individuelle oder institutionelle Handlungsergebnisse, in denen sich neben den Intentionen noch vieles andere verdichtet, was diejenigen, die sich diese Objektivationen aneignen, vielleicht aufgreifen oder auch nicht. Im Aneignungsprozess verändern sich die Objektivationen jedoch immer.

Dieser formale definititorische Exkurs ist notwendig, will man sich die aktuellen Veränderungen in Sachen Medien klar machen. Weder *Big Brother* noch *Pokémon* oder Fußballübertragungen beispielsweise sind noch traditionelles Fernsehen. So lässt sich Repräsentation keinesfalls mehr als Abbildung eines eigenständigen Ereignisses verstehen. In den 90er Jahren kam deshalb die erklärende Metapher der Inszenierung auf:¹³ Fußball als Inszenierung, deren Rechte in den Händen von Fernsehunternehmern liegen, *Big Brother* als Inszenierung, zu der sich Amateure *casten* lassen und dringend als

¹¹ Vgl. Peter Berger, Thomas Luckmann: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt am Main 1970.

¹² Vgl. Alfred Schütz: *Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie*. (Zuerst engl. 1932.) Frankfurt am Main 1974.

¹³ Vgl. *Kulturinszenierungen*. Hrsg. von Stefan Müller-Doohm und Klaus Neumann-Braun. Frankfurt am Main 1995.

private Menschen öffentlich werden wollen. Damit solch eine Inszenierung auch sinnlich genug wird, braucht man viele Kameras und die zeitgenaue Bilder liefernden Webcams. Ohne wöchentlichen Event, zu dem Tausende hingehen, um sich selber auch von der Faktizität der Inszenierung zu überzeugen, auch um recht realistisch mitzuspielen, löst kaum eine Fernsehsendung ihren Aktualitätsanspruch mehr ein. Zudem liefert Merchandising die notwendigen Utensilien einer erfolgreichen Inszenierung. Wer will da noch funktional unterscheiden zwischen T-Shirt, Website, Magazinen, Fernsehsendungen, Fanclubs oder Orten, an denen sich das Publikum mit anderen Akteuren trifft? Die auf der Oberfläche deutlich erkennbaren Änderungen in Sachen Medien weisen unter Anderem auf das Ende des Einzelmediums hin, das in mehr oder weniger komplexen Arrangements eine spezielle Aufgabe erhält. Medien wie Fernsehen werden zu symbolischen Ressourcen neben vielen anderen. Dabei bekommen die Formen der Repräsentation – zum Beispiel sich mit Fans an einem Ort zu treffen, um die opulent erzählte Hollywood-Geschichte auf dem Bildschirm oder Kaufartikel zu tauschen – eine neue und in ihren Konsequenzen erst zu erahnende kulturelle Bedeutung. Was aktuell hierbei beunruhigt, ist die Erosion der vertrauten Beziehungen medialer Repräsentation. So verliert das angestammte Verhältnis von Zeichen, Bezeichneter und Bezeichnendem seine alltägliche Vertrauenswürdigkeit und soziale Zuverlässigkeit. Die Geschichten bei *Pokémon* haben wenig mit denen von Cartoons zu tun, weil sie doch eine Computer- und Sammelaktion bebildern.

Die neunjährige Lara beschreibt eines der Schemata, in das die Fernsehbilder gehören und die für Nichteingeweihte unverständlich sind:

Wir haben die immer dabei und dann, wenn die durchs tiefe Gras laufen, und dann, dann kommt plötzlich nen Pokémon und dann müssen wir uns mit diesem blöden Pokémon messen und wenn's dann noch so wenig Power ist, dann kann man's einfangen. Aber wir haben schon Meisterbälle gekriegt, so können wir's uns gleich einfangen und dann muss nämlich keine Power abgezogen, Energie abgezogen werden. Weil das ist so, es gibt Pokébälle, die kriegt man ganz am Anfang. Da brauchts ganz wenig Energie.

Lehrer erwarten jedoch eine typische Cartoon-Geschichte, zu deren Bewertung sie auf unsere kulturelle Tradition zu Erzählungen und Cartoons zurückgreifen könnten. Kinder sind sich dagegen sicher, wie die nachmittägliche Fernsehserie die Bilder zu ihren Spiel- und Tauschaktionen liefert. Solange diese Aktionen „mega in“ sind, schalten dann auch bis zur Hälfte aller Kinder, die fernsehen, das ergänzende Fernsehangebot ein.

Big Brother präsentiert Alltagswirklichkeit junger Leute und löst gleichzeitig Peinlichkeitsschwellen auf. Unklar ist das Verhältnis von sozialer und medialer Inszenierung, was jedoch einen Teil der Inszenierung ausmacht. Ambivalenz öffnet Inszenierungen in hohem Maß für eine mitfühlende und mitdenkende Aneignung. Neben der Ambivalenz bedienen sich Medien- und Ereignisarrangements anfassbarer, also durch den eigenen Körper der Teilnehmenden bestimmter sozialer Situationen, um ihre medial „transportierten“ Geschichten, Bilder usw. mit unmittelbar erfahrbarer

Eindeutigkeit des subjektiven Erlebens zu verbinden. Von den Arrangements her gesehen sind körperlich Konkretes und medial Symbolisches nur noch unterschiedliche Repräsentationsmodi, deren Zeichenhaftigkeit noch keinen klaren Bezugsrahmen hat, zumindest nicht den einer kodifizierbaren und somit verlässlich eindeutigen Zuordnung.¹⁴ An dieser Stelle der Medienentwicklung hilft es auch nicht wesentlich weiter, von einem Medien- und Ereignisarrangement eines komplexen Textes zu sprechen, weil sich im Moment zum Beispiel Repräsentationsmodi nicht so einfach identifizieren und in ihrer Rolle erklären lassen. Es ist also unbestimmt, ob und wie der Körper eines Publikumsmitglieds zu *lesen* ist, ob ein Mensch im Publikum einer Show denn überhaupt ein Element im Sinne eines Morphems ist oder etwas, das sich nur in Kategorien einer Inszenierung, also als Publikum, oder mit den Kategorien eines Rezeptionsprozesses, also als Leser, einordnen lässt.

Im gleichen Maße wie manchmal die Gegenüberstellung von Autor, Medium und Publikum zwar hilfreich ist, doch zunehmend unwichtig wird, weil die Nutzer auch Akteure und Regisseure, vielleicht aber auch nur Repräsentationsmodi für Bedeutsamkeit, Alltagsrelevanz oder Ähnliches sind, entstehen neue Erlebnis- und Umgangsweisen mit medialen Angeboten. Selbstverständlich bleibt die werkadäquate Aneignung möglich, jedoch nur als eines der Handlungs- und Aneignungsmuster, das sowohl in die Struktur und die Dynamik eines spezifischen Medien- und Ereignisarrangements als auch in generelle und aktuell vorrangige Muster passen muss. Zur Zeit ist Spielen genau so gefragt wie Lernen oder sich öffentlich vor einem Massenpublikum Präsentieren. Das macht unter anderem den Reiz von *Wer wird Millionär?* aus. *Pokémon* ist Lernarrangement, Interaktionsspiel und fiktionaler Ordnungsraum, in dem sich eine Welt in der subjektiven Erlebnisperspektive als eigene auftut. Weil Kinder bei/in/mit *Pokémon* als Experten agieren können, lernen sie auch präzise das dafür notwendige Vokabular von 150 Termini und erörtern es miteinander.

Zu Illustration ein kurzer Ausschnitt eines Gesprächs von Grundschulkindern, bei dem sie das Aktionsmuster von *Pokémon* erklären und dazu das Fachvokabular einsetzen. Lara, neun Jahre, und Daniel, zehn Jahre, erläutern einem Erwachsenen *Pokémon*. Sie sind dabei die Experten.

Lara: Und später kriegt man dann Superbälle, die sind dann für die stärkeren Pokémon, dann gibt's. Und nach der Pokémon-Liga kann man sich mehr 100, da kann man sich halt Meisterbälle holen. Da muss gar keine Energie abgezogen werden.

Daniel: Ja, und zum Beispiel die Energie, das sind KP das sind.

[...]

Das sind Energiepunkte.

Und das Blaue, das ist die Energie, wie viel man noch hat und unten, das ist zum Beispiel von 296 KP hat er jetzt noch 244. Und jetzt kommt zum Beispiel noch Surfer machen, der wird's so und dann,

¹⁴ Vgl. dazu Gunther Kress, Theo van Leeuwen: *Reading Images*. Geelong 1990, S. 159ff.

Und da ist zum Beispiel jetzt ne andere Stadt, die heißt Lavandia.

Lara: Es gibt auch in jeder Stadt ne Pokémon-Arena und wenn man die schafft, kriegt man nen Pokémon-Orden.

Daniel: Zum Beispiel das ist ein Nidoran-weiblich und es gibt einen Nodoran-männlich.

2.1 *Erlebnistrationalität und Bedeutungskonstitution*

Das vorrangige Handlungs- und Aneignungsmuster hat Gerhard Schulze als Erlebnistrationalität beschrieben.¹⁵ Menschen eignen sich „Welt“ in ihrer jeweiligen Sinnerfahrung des subjektiven Erlebens an. Es ist im doppelten Sinne postmodern, einmal weil sich die Subjekt-Objekt-Beziehung nicht mehr in der vertrauten und dominierenden Sachlogik der Objekte bewegt, zum anderen weil der kulturelle Rahmen für die Subjekt-Objekt-Beziehung verschwimmt, indem unterschiedliche Varianten in unterschiedlichen Alltagskontexten unterschiedlich gültig bis unwichtig oder störend sind. Gleichzeitig legt die aktuelle kulturelle Dynamik (Stichwort: Individualisierung) die Subjekt-Objekt-Beziehung in den Aktionsbereich der Subjekte. Wie die Menschen mit Medien- und Ereignisangeboten „umgehen“ ist mehr, als der bisher verwendete Rezeptionsbegriff beschreibt. Die Mensch-Medien-Beziehung wandelt sich auch in dem Maße, in dem sich das Verhältnis von Autor und Rezipient neu mischt. Ein Gefüge von Elementen und deren Gewichtung – also zu einem Event zu gehen oder nicht, das Spiel zur Sendung auch zu spielen, im Fanclub oder im Chatroom des Internet zum Experten einer Sendung zu werden –, all das ist ein Schaffensprozess, der den Charakter der Bedeutungskonstitution hat.

Ein prägnantes Beispiel für die Erlebnistrationalität als Gestaltung der Welt im je eigenen Sinne findet sich in *Big Brother*, als die Gruppe im Container Bildungsfragen anhand von Shakespeare erörtert. Dabei wird Kerstin zur Befürworterin eines literarischen Bildungskanons, was Zlatko vehement ablehnt, denn für ihn gilt ausschließlich die eigene Perspektive. Deswegen bilden „langweilig“ oder „spannend“ Eckpunkte seines Maßstabs.

Zlatko: Sag mal. Muss man den kennen?

Kerstin: Vom Namen. Shakespeare.

Zlatko: William Shakespeare. Ja doch, den kenn ich schon, aber wenn du mich fragst, was der alles gemacht hat, keine Ahnung. Ob der Romane geschrieben oder –

Kerstin: Also, Shakespeare. (setzt zum Reden an)

Zlatko: – bei Filmen mit gemacht hat oder Dokumentationen. Weiß der Himmel. Keine Ahnung.

(Alle lachen.)

Alex: Das ist der Bruder von Jacques Cousteau.

(Frauen lachen.)

¹⁵ Vgl. Gerhard Schulze: *Die Erlebnissgesellschaft. Kulturosoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main 2¹⁹⁹², S. 34ff.

Zlatko: Und dann? Worum lacht ihr (unverst.) Jacques Cousteau?

Kerstin: Weil es so lustig ist.

Alex: (unverst.)

Kerstin: Es ist lustig. Das muss man aushalten, das ist so wie bei Manu grade.

Zlatko: Ich versteh's, ich versteh's gerade nicht.

Kerstin: Der Text ist ähm.

Zlatko: Ach so, Shakespeare (unverst.).

Kerstin: Es ist von der Sprache her schon gewöhnungsbedürftig und es sind schon viele Wörter drin, die auch ich nicht kenne. Zum Beispiel

Zlatko: Nein. Das kann nicht sein, bitte.

Kerstin: (unverst.) da sind ganz alte Sachen drinne, dann aber.

Zlatko: Du kennst diese Wörter nicht?

Kerstin: Ich kenn viele Wörter nicht.

Zlatko: Jetzt erklär mal zur Person. Wer war William Shakespeare? (unverst.) Keinen blassen Schimmer.

Kerstin: Shakespeare ist ein Dichter, also ein Lyriker

Zlatko: Dichter?

Kerstin: Ja, der gelebt, also, ja wie nennt man das? Schon ein Dichter. Im Endeffekt.

Ähm. Zum Beispiel Romeo und Julia ist halt so das bekannteste.

Zlatko: Ist auch von ihm?

Kerstin: Auch von ihm, mhm

Zlatko: Auch so.

Kerstin: Also, dann, ähm, ach Gott, dann, was dann alles verfilmt worden ist Hamlet, Romeo und Julia, was (unverst.).

Zlatko: Hamlet ist auch von ihm?

Kerstin: Bei den ganzen Richard Blablabla, da weiß, die kenn ich alle nicht.

Zlatko: Das zeigt nun wirklich, dass ich nicht nie ein Buch gelesen hab.

Alex: Nö, das hat damit nun nichts zu tun.

Andrea: Nö.

Zlatko: Ja, das will ich nicht behaupten. Wenn einer keine Bücher liest, aber wenn einer nur zwei, drei gelesen hat, der kennt sich wenigstens 'nen bisschen aus. Was, was ist der

Alex: Nö.

Zlatko: Doch.

Kerstin: Du hast doch ein Videorecorder, sicher?

Zlatko: Nö.

Kerstin: Geh mal in die Videothek und hol dir auf deutsch 'nen Hollywood-Film Romeo und Julia mit Leonardo di Caprio und.

Zlatko: Den hab ich schon gesehen. Den hab ich zu Hause.

Kerstin: Den hast du gesehen?

Zlatko: Ja, ja.

Kerstin: Das ist auch, das ist, das ist mit seiner Sprache, alles.

Zlatko: Stimmt, das Deppengeschwätz, wo ich nach zehn Minuten weg geschaltet hab.

Frauen: (lachen)

Zlatko: Ja, wo ich nach zehn Minuten keinen Bock mehr hatte, was die da für Scheiß labern und wiederholen sich 40mal. Hau ab, komm, nein. Hab ich zu meiner Freundin gesagt, schau du ihn dir weiter an, ich geh schlafen.

In der kulturellen Gemengelage sich ändernder Erlebnisweisen, Aneignungsmuster und Repräsentationsformen wachsen Kinder auf, deren Entwicklung sich in ihrer Beziehung zu sich und zu ihrer sozialen, dinglichen, kulturellen Umwelt vollzieht, einer Beziehung, die über kulturell vorrangige oder typische symbolische Objektivationen vermittelt ist. Dabei spielen die Handlungs- und Aneignungsmuster, in die Medien als symbolische Objektivationen eingebettet sind, eine bestimmende Rolle. Schulisches Lernen beispielsweise kann in dieses „Setting“ nun passen oder auch nicht. Gleiches gilt auch für andere wichtige Handlungs- und Aneignungsformen, beispielsweise sich auf andere Menschen verstehend einzulassen. Diese für eine kulturelle Veränderungssituation typische Ambivalenz und Unklarheit zwingt jedoch nicht zur Schlussfolgerung, eine Auseinandersetzung auch um Medien und Programmangebote als wichtigen Teil der Alltagswelt von Kindern lohne sich nicht. Sie gelingt jedoch nur, wenn die Suche nach einem Ersatz für lieb gewordene Maßstäbe in Gang kommt. Dazu braucht es sowohl die allgemeine Auseinandersetzung um „Medien-Kultur“ als auch deren Konkretisierung für die Generation der Kinder.

3 Felder notwendiger Auseinandersetzung um „Medien-Kultur“

Die folgenden drei Felder sind selbstverständlich nur Gliederungshilfen des Argumentierens, dürften jedoch sowohl der inneren Systematik medialer Kulturphänomene als auch den ihnen entsprechenden Handlungs- und Aneignungsmustern entgegen kommen.

3.1 Interpretationsweisen und Diskurse

Die aktuelle Umgestaltung der Massenkommunikation läuft auch auf eine neue Mensch-Medien-Beziehung hinaus, bei der sich Medien in komplexe Arrangements mischen und in denen sie die Funktion von Providern symbolischer Angebote bekommen. Wichtig für die Aneignung solcher komplexer Arrangements ist in Zeiten kultureller Unklarheiten, in denen kulturelle Erfahrungs- und Bewertungskontexte fehlen, welche Interpretations-Folie die Produktion und welche Diskurs-Flächen (-Zeiten) die Sender anbieten. Nicht mehr was angeboten wird, ist die vorrangige kulturelle und pädagogische Frage, sondern das Wie. McLuhans „Das Medium ist die Botschaft“ verdeutlicht diesen Umstand recht gut. Die einordnende Interpretation neuer Programmangebote sollte nicht in der Dynamik der Individualisierung als kulturelles Risiko ausschließlich an die Mediennutzer delegiert werden. In den Programmangeboten stecken Potentiale einer Reflexivität, in denen die Eigenart des Angebots fragwürdig, vielleicht auch durchschaubar und diskutierbar wird. Beispiel ist hierzu bei *Big Brother* die Unklarheit, welche Zeichenfunktion die Akteure im Container haben, zum Beispiel als gecastete Typen. Was ist Zeichen, was ist Thema? Falls das Programm in den Interessenhorizont von Kindern kommt, zum Beispiel weil sie per

Telefon Leute aus dem Container beziehungsweise aus dem Programm wählen können, suchen sie sich in ihrer Umgebung Situationen, in denen sie ihre Interpretation entwickeln. Je mehr Medien- und Ereignisarrangements und zudem meist auch nur recht kurzfristig erscheinen, um so schwieriger ist es, einen kulturellen Bezugs- und Bewertungsrahmen zu entdecken, um so aufwändiger ist es, zum eigenen Interpretationsrahmen zu gelangen.

Bei *Big Brother* gab es heftige Diskussionen in verschiedenen kulturellen Feldern, unter anderem in der Politik, in der Presse, in der Wissenschaft, was denn da zu sehen sei, zum Beispiel eine Real-Life-Soap. Aber schon bei *Big Diet* reduziert sich die Diskussion auf den Typ der Moderatorin und auf die Ein- bzw. Ausschaltaktivität des Publikums. Die Frage bleibt jedoch weiterhin offen, welche Themen mit dieser Art von Repräsentation „abgehandelt“ werden. Offen ist, ob und welche Zeichenfunktion die verwendeten Repräsentationsmodi bekommen. Hier kommt auch und gerade den Programmanbietern die Aufgabe zu, Reflexionsmöglichkeiten in von ihnen zu verantwortende Programmangebote einzubinden, zum Beispiel mit Hilfe der zur Sendung gehörigen Website.¹⁶ Selbstverständlich haben auch Bildungseinrichtungen wie die Schule die kulturelle Aufgabe, mit den Kindern zusammen die „Lesbarkeit“ der Programmangebote zu entdecken.¹⁷

3.2 Herrschaft und Legitimation

Die theoretisch rührend hilflose und praktisch folgenlose Frage nach der Herrschaftsausübung im Zusammenhang mit einem neuen Format wie *Big Brother* oder der Ruf nach dem Jugendschutz, als Talkshows mit der Funktionalisierung von Alltagsakteuren aus dem Ruder liefen, sind Indiz, wie wenig die politische Frage in Sachen Massenkommunikation trotz demokratischer Grundordnung auf der öffentlichen Agenda steht. Gäbe es nicht Wirtschaftsstaatsanwälte, die beispielsweise EM-TV unter die Lupe nehmen, reduzierte sich öffentliche Kontrolle und Legitimation der Akteure im Mediengeschäft auf die Aufsichtsräte der GmbHs, denen jede demokratische Legitimation fehlt.

Neben den offensichtlichen Machtzusammenhängen im Mediengeschäft gibt es weniger leicht zu durchschauende Machtkonstellationen, die der Legitimation bedürfen. Auf die „Texten“ und deren Rezeption inhärenten Formen von Macht und Herrschaft haben schon vor geraumer Zeit Pierre Bourdieu und Stuart Hall hingewiesen.

¹⁶ Ein Versuch, zu *WWW-Wrestling* ein Begleitprogramm in der Verantwortung des Fernsehsenders in die Sendung mit dem Ziel zu integrieren, Kindern die Darstellungsweisen und Themen von *WWW-Wrestling* durchschaubar zu machen, ist in der Auseinandersetzung um die jugendschutzrelevante Sendezeit gescheitert. Vgl. das Begleitprogramm für eine Höllen-Inszenierung. In: *Höllens-Inszenierung Wrestling. Beiträge zur pädagogischen Genre-Forschung*. Hrsg. von Ben Bachmair und Gunter Kress. Opladen 1996, S. 197-218.

¹⁷ Im Kontext der britischen Cultural Studies ist dazu eine Fülle von anschaulichen Anregungen entstanden, zum Beispiel John Fiske: *Reading the Popular*. London 1992.

So steht für Bourdieu „die Art der Beziehung, die jedes einzelne Individuum mit der gesamten Sphäre der kulturellen Produkte verbindet“, „in engstem Konnex mit seiner Stellung in diesem Felde“. ¹⁸ Konkret geht es um die „feinen Unterschiede“, ¹⁹ die mit der Verwendung kultureller Produkte vom Buch bis zum Hobby einhergehen. Die Felder und ihre Produkte unterliegen recht unterschiedlichen Legitimitätsansprüchen, die bei den modernen, dennoch etablierten Medien wie dem Film anders geartet sind als bei Alltagsutensilien wie Wohnungseinrichtung oder Kleidung. Aufgrund der Mischung einzelner Medien und Programme in Medien- und Ereignisarrangements bleibt die gesellschaftliche wie individuelle Auseinandersetzung um Legitimität beziehungsweise um entsprechende Ansprüche unvermeidlich. Gerhart Schulze hat gezeigt, wie Menschen sich in und mit alltagsästhetisch konstituierten Milieus und Handlungsschemata grundlegend in der Welt verankern, einer alltagsästhetisch verfassten Welt, die wählbar ist, die in Konkurrenz zu anderen steht und deren Legitimität mit den alltagsästhetischen Repräsentationsformen verbunden ist. Dabei bekommt die von Stuart Hall formulierte Dynamik des Herstellens und Rezipierens von Medien – er beschreibt sie als „Encoding“ und „Decoding“ ²⁰ – ihr politisches Gewicht. In der Auseinandersetzung über Deutungsmacht, Autonomieerfahrungen, Widerstandspotentiale oder Unterwerfungsprozeduren bei der Aneignung von Themen oder Darstellungsweisen definieren sich Macht- und Herrschaftsverhältnisse in ihrer kulturellen Erscheinungsform. ²¹

An diesem Punkt läuft im Bildungsbereich eine Art verdeckter Kampf um die Legitimität von Aneignungsformen. Es ist ein Kampf, den beispielsweise ganze Lehrerkollegien mit dem expliziten Verbot von *Pokémon* aufnahmen. Ihnen stand, von den Fernsehnutzungsdaten her geschätzt, über Monate die Hälfte ihrer Schüler im Alter von ca. 8 bis 14 Jahren gegenüber. Wenn beispielsweise Lehrer Eltern in die Schule zitieren, um Medienvorlieben von Kindern zu besprechen, dann prallen nicht selten divergente Wertvorstellungen nicht nur traditioneller Sozialschichten aufeinander, sondern auch die unterschiedliche Bewertung spezieller medialer Repräsentationsformen alltagsästhetisch organisierter Milieus. Maja Götz hat dazu den Fall eines zehnjährigen Jungen beschrieben, der zusammen mit seinen Eltern Fan von *WWF-Wrestling* war, dessen Lehrerin dies jedoch schrecklich fand. Die Mutter war sich sicher, dass eine gebildete Frau wie eine Lehrerin in Sachen *WWF-Wrestling* keine solche Lücken haben dürfte. Die Lehrerin hatte jedoch keine Idee davon, dass ihre Interpretation des Medien- und Ereignisarrangements *WWF-Wrestling* etwas mit Machtausübung zu tun hat. ²²

¹⁸ Pierre Bourdieu: *Zur Soziologie der symbolischen Formen*. (Zuerst fzz. 1970.) Frankfurt am Main 1991, S. 107.

¹⁹ Vgl. Pierre Bourdieu: *Die feinen Unterschiede*. Frankfurt am Main 1989.

²⁰ Vgl. Stuart Hall: Encoding/Decoding. In: *Culture, Media, Language*. Hrsg. von St. H. D. Hobson, A. Lowe, Paul Willis. London 1980, S. 128-138.

²¹ Vgl. Andreas Dörner: Medienkultur und politische Öffentlichkeit. Perspektiven und Probleme der Cultural Studies aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Hrsg. von Rainer Winter und Andreas Hepp. Opladen, Wiesbaden 1999.

²² Vgl. Maja Götz: Individuelle Aneignung. Zwei Fälle. In: *Höllenszenierung Wrestling*, S. 148-167.

3.3 Die Verletzlichkeit der Menschen und die empathische Parteinahme für die Unerfahrenen

Die Idee der Humanität mit ihren Formen der Fürsorge, Anteilnahme und Solidarität ist in einer sich kulturell und hierbei wiederum sich „medial“ definierenden Gesellschaft mit zwar standardisierten, dennoch unklaren Repräsentationsformen neu zu deuten. Die Basis dafür ist eine Alltagshermeneutik, bei der die Menschen in der Spannung von Ichstärke, Alltagsgestaltung und Wirklichkeitsbezug sowohl auf Empathie vertrauen als auch Empathie aufgrund ihrer entwickelten Interpretationsweise einbringen können.²³

Anthony Giddens verbindet mit der von ihm vorgetragenen Idee der Verletzlichkeit („vulnerability“²⁴) eine lange kulturhistorische Tradition der Anteilnahme mit der aktuellen Aufgabe eines jeden Einzelnen, sich seiner Identität zu versichern. Dies ist eine kulturelle Aufgabe, die sich in der Spannung der sozialen Sicherheit einer objektiv vorfindlichen Welt („ontological security“²⁵), der eigenen Lebensentwicklung, der sich selber „erzählten“ eigenen Geschichte („narrative“²⁶) sowie der alltäglichen Bedrohungen, Absonderlichkeiten und Anforderungen („Sequestration of the experiences of day-to-day social life“²⁷) einer von den Menschen individuell zu gestaltenden Lebenswelt ereignet.

Ein anschauliches Beispiel, die Verletzlichkeit von Menschen im Kontext eines Diskurses zu einem neuen Genre zu zeigen, liefern die Fotos des Jugendmagazins *jetzt* der *Süddeutschen Zeitung* vom Herbst 2000 (Nr. 48), die „Manu“ aus der ersten Staffel von *Big Brother* zeigen. Das Publikum sowohl der Events um den Container der *Big-Brother*-Show als auch des Internets hatte sie zum Aggressionsobjekt gemacht, sicherlich nicht zuletzt, weil sie als die blonde Nordische in einer der Begleitsendungen mit ihrem farbigen Freund zu sehen war. Ein halbes Jahr danach erschien diese „Schlampe Manu“ ganz und gar nicht mehr zur Schau gestellt. Jetzt war sie völlig anders arrangiert, und zwar auf Fotos als integrierter Teil einer Herbstlandschaft. Im Gegensatz zur detailgenauen Präsentation von *Big Brother* geht es diesen Fotos um eine beschützende Darstellung, die Wesenszüge einer jungen Frau zeigen will, die jedoch nicht von der Kamera präsentiert werden, die sich vielmehr der Leser im

²³ Vgl. Ben Bachmair: *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder*. Opladen 1996, S. 268ff.

²⁴ Anthony Giddens hat diesen Gedanken der „vulnerability“ bei einem Vortrag im November 1999 in Florenz skizziert und damit auch die Argumentationslinie von der „hergestellten Unsicherheit“ und den „beschädigten Solidaritätsbeziehungen“ (vgl. Giddens: *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge, Oxford 1991) unserer Gesellschaft fortgeführt. Giddens: *Jenseits von Links und Rechts. Die Zukunft radikaler Demokratie*. Frankfurt am Main 1997, S. 22, 33.

²⁵ Giddens, *Modernity and Self-Identity*, S. 37.

²⁶ Ebd., S. 54.

²⁷ Ebd., S. 168.

Kontext einer Gold gefärbten Herbstlandschaft sentimental erschließt. Solch eine Kommentierung der Menschen von *Big Brother* hatte jedoch Seltenheitswert.

In der Spannung einer zuverlässigen, weil vorfindlichen Welt mit den bedrohlichen Ansprüchen, die eigene Lebenswelt im Entwurf der eigenen Lebensgeschichte zu gestalten, entstehen die vielfältigen Medien- und Ereignisarrangements als objektive kulturelle Basis und als subjektive „Lebensweltbausteine“. In dieser Komplexität kann die eigene Lebensgeschichte gelingen oder auch nicht. Die Aufmerksamkeit müsste sich auf die in diesem Spannungsfeld Unerfahrenen und Verletzlichen richten und dabei deren Ausdrucks- bzw. Repräsentationsformen reflektierend aufgreifen. In der eignen Bildungsgeschichte von Lehrerinnen und Lehrern sowie in der institutionellen Sicherheit überlieferter Repräsentationsformen der Schule muss dies beileibe nicht zu einer unterstützenden Beziehung der Lehrer zu den Schülern in didaktischen Situationen und in der Institution Schule kommen. Eine schützende Beziehung der Produzenten, Provider und Programmverantwortlichen zu ihrem Publikum, das zunehmend in den von ihnen inszenierten Arrangements handelt, geht selten über den gesetzlich vorgeschriebenen Jugendschutz hinaus.

4 Vom Eigensinn der Kinder und Sachen bis zum Anker in einer fließenden Welt der Zeichen

Im Gemenge der Medien und Ereignisse sowie in der Sicherheit, aber auch in der individuell riskanten, alltäglichen Lebensgestaltung entwickelt sich die pädagogische Frage- und Aufgabenstellung. Dabei geht es im ersten Schritt um Handlungs- und Aneignungsmuster, also nicht mehr vorrangig um die Medienerlebnisse oder gar um die Medien selber.

Die neue und eher konsumierende, mediengerechte Form der Aneignung hat eine postmoderne Dynamik, die nichts mehr mit Pauken zu tun hat. Kinder eignen sich die Welt in einer spezifischen Erlebnisweise an. Diese Erlebnisweise hat sich mit Konsumorientierung und Individualisierung entwickelt, zu der Medien, insbesondere Fernsehen, einen nicht zu unterschätzenden Anteil beitragen. Die heutige Kindergeneration ist im Trend zur Individualisierung und mit der Notwendigkeit aufgewachsen, individuelle Lebenswelten gerade auch mit den symbolischen Materialien der Medien aufzubauen. Damit beginnen Kinder und Jugendliche ihre Erlebnisweisen zu verändern. So stehen sie tendenziell im Mittelpunkt einer eigenen, subjektiven Welt, die sich anders aufbaut als die Lern- und Sachwelt der Schule.

Diese postmoderne Welt entsteht um das eigene Ego in Prozessen der Bedeutungskonstitution. Bedeutungskonstitution ist das Gegenmodell zur passiven Medienrezeption. Kinder eignen sich das symbolische Material von Konsumobjekten, Medien und Ereignissen individuell an, indem sie ihnen perspektivisch und innerhalb von Relevanzrahmen subjektive Bedeutung verleihen. Die jeweilige Medienwelt ist einer dieser Relevanzrahmen.

4.1 *Sich vergewissern: Reflexivität für Bastler in Kulturinszenierungen*

Medienkompetenz ist sicher eine Form, wie Kinder eine reflexive Beziehung zu Medien als Teil von Kulturinszenierungen entwickeln. Auf Seiten des Fernsehprogramms findet sich dazu nicht viel, das sich deutlich auf Medienkompetenz und eine reflexive Beziehung von Kindern zu Medien einlässt. In der Cartoon-Serie *Pepper Ann* (RTL, Sendezeit: Samstag morgen) gibt es dazu ein amüsantes Beispiel.²⁸

Pepper Ann ist eine alltägliche und jugendliche amerikanische Schwester von Pippi Langstrumpf, die mit Pffiffigkeit Erwachsenen einen kritischen Spiegel vorhält, sich dabei mit Genuss ihrer überzogenen Sprache bedient. Pepper Anns Tante Janie möchte eine Studie über Gewalt in Videospiele machen, um „die Jugend von heute zu retten.“ Zu diesem Zweck besorgt sie sich eine Spielkonsole. Pepper Ann ist begeistert, da sie nun „128 Megabytes knallharte, hirnzellenfressende Action“ zu Hause stehen hat. Der Konflikt ist klar: friedensbewegte und besserwiserische Erwachsene gegen das Experten-Mädchen in Sachen Medien, Fun und Action. Die beiden Protagonistinnen stehen zudem für gegensätzliche Vorstellungen von Medienwirkung. Pepper Ann beschwichtigt: „Reg dich ab, Tante Janie, das sind doch alles nur Spiele. Es passiert nicht wirklich.“ Doch die Tante ist sich sicher, welchen „schlechten Einfluss“ Medien „zwangsläufig auf die Jugend von heute ausüben“. Pepper Ann zeigt sich mit dieser Vermutung nicht einverstanden: „Ich weiß nur, dass ich mir schon seit meiner Geburt solche Videospiele reinziehe. Und findest du etwa nicht, dass ich eine normale, wohlgeratene Jugendliche bin?“ Das starke Mädchen ist sich seiner Mediennutzung sicher. Die spielunerfahrene Tante beginnt dann jedoch in den fiktionalen Computer-Kampfspiele aufzugehen, überträgt sogar Militärgelände auf die Menschen ihrer Umgebung. Pepper Ann gelingt es, ihre Tante wieder auf den Boden der Wirklichkeit zu stellen, was Tante Janie dann auch zu folgendem Statement bringt: „Gewalt in Videospiele mag fiktiv sein. Es sind nur Piepser und Punkte auf dem Bildschirm. Aber wenn wir uns in diese Gewalt zu sehr hineinsteigern, kann sie auf unser Alltagsleben übergreifen und darin zur Realität werden.“

Neben solchen amüsanten Geschichten des Fernsehens gibt es für Medien ebenso wie für Schule vermutlich eine Fülle von Möglichkeiten, Kindern emotionale, soziale und rationale Distanz und Auseinandersetzung anzubieten. Auf einer weiteren Stufe von Reflexivität sind Angebote wichtig, die dazu beitragen, Lebenswelten selber zu ordnen und zu gestalten. In diesem Kontext sind beispielsweise die Hörgeschichten bei Nickelodeon *Zwischen Herrn Morens Ohren* interessant,²⁹ weil sie mit

²⁸ Vgl. Judith Seipold: Medien- und Genrekompetenz. Auf: Ben Bachmair: www.kinderfernsehforschung.de. Website des Forschungsprojektes „Bestandsaufnahmen zum Kinderfernsehen 2000“ (danach die folgenden Zitate).

²⁹ Vgl. die Diskussion des Beispiels in Ben Bachmair: Edutainment und didaktische Inszenierungen auch für die Schule? Lehren und Lernen neu bedenken. In: *Spannungsfeld von Medien und Erziehung. Medienpädagogische Perspektiven*. Hrsg. von Hubert Kleber. München 2000, S. 83-104.

Rhythmus nicht nur einen Beitrag zur Ordnung einer komplexen Welt anbieten, sondern zeigen, wie der hörbare Rhythmus der Ohren der selbstverständlichen Dominanz der Augen gewachsen ist. Reflexivität ermöglichen aber auch Zwecktexte wie die der Werbung, wenn sie die simple Funktion von Werbung als Kaufanreiz oder Produktbotschaft durchbrechen und die Werbeelemente als Spiel- und Ästhetikmaterial anbieten. Die Spots, in denen es um gelingendes Kinder- und Familienleben geht, sind dafür ein schönes Beispiel.³⁰

4.2 *Eigensinn von Kindern, Dingen und Ereignissen*

In ihrem Verhältnis zu Medien sind Kinder sehr wohl kreative Schöpfer, wobei Schöpfung ein Prozess der Bedeutungskonstitution ist. Kinder schaffen Bedeutung in ihrer eigenen Sinnperspektive. Die Kinder-Medien-Beziehung ist selbstverständlich auch eine medienpolitisch und ökonomisch bestimmte Beziehung, in denen Kinder nur vom Marketing auskalkulierte Abnehmer sind, die letztlich nur als Quoten fungieren. Kinder sollen dagegen eben nicht zu Objekten von Zwecktexten oder Einschaltquotenkalkülen werden. Ihr Eigensinn in der Doppelbedeutung von Widerständigkeit und Sinnschaffen ist deshalb eine wichtige Bewertungsdimension für Fernsehangebote.

Bewerkenswert Beispiele finden sich in der Werbung, unter anderem im schon genannten Typ des gelingenden Kinder- und Familienlebens. In einem Spot von Langnese tanzt eine Familie wild herum, weil es Eis gibt. Der Kommentar aus dem Off macht sich darüber lustig: „Diese Familie hat Spaß. Liegt es an den neuen Family-Fun-Packungen von Langnese? Den vielen verschiedenen Langnese Minis? Nein, die haben so viel Spaß, weil sie Schauspieler sind, die für diesen Werbespot bezahlt werden. Aber ihre Familie wird viel Spaß mit den Family-Fun-Packungen von Langnese haben. Nur wird sie dabei nicht so bescheuert aussehen.“ Dann sind kurz die verschiedenen Eispackungen zu sehen. Die „bescheuerte“ Schauspieler-Familie tanzt weiter, während der Off-Kommentar betont: „Die neuen Family-Fun-Packungen von Langnese, die machen wirklich Spaß.“

Ein anderer Werbespot von Langnese adressiert Kinder als kompetent in alltagsästhetischen Spielchen, die alles andere als dem Gewinninteresse der werbenden Firma nachgeordnet sind. Dabei steht das wilde Spiel mit grafischen Elementen im Vordergrund, was ein Gespür für Lifestyle als eines der Puzzle-Elemente des komplizierten modernen Lebens zeigt. Ein beworbene und zu kaufendes Objekt, vom Eis bis zu den Klamotten, liefert die verbindende Farbe, den Kleister des Alltagslebens in der Lebensvielfalt. So hat der Werbespot von Langnese für „Tricky Licky“ recht wenig mit Eisschlecken zu tun. In einer wilden Computeranimation wirbelt und fliegt ein Junge in Sekundenbruchteilen durch grell bunte und eckige graphischen Elemente, taucht ebenso nach einem Eis wie nach anderen grafischen Spielelementen. Schrä-

³⁰ Vgl. Bachmair: *Abenteuer Fernsehen*, S. 202ff.

ges, wildes Spiel von Figuren und Zeichen machen den Spot attraktiv. Vor dem Hintergrund eines abstrakten Bildes taucht ein Junge auf, der mit den Zeichen des abstrakten Bildes spielt und der dann selber zum Spielelement wird, indem sein Gesicht sich dem eckigen Basismuster anpasst. Sein Kopf erscheint losgelöst vom Körper in mehreren Spiegelebenen. Das geht alles so schnell, dass die Einzelheiten erst richtig nur im Standbild zu erkennen sind.

Wichtig ist, ob und wie Sender, Warenproduzenten, Entertainment-Unternehmen, aber auch Schule die Kinder als Subjekte adressieren, welches implizite Kinder- und Konsumentenbild sie unterstellen. Gleichzeitig existiert auch in der erlebnisorientierten Gesellschaft die Welt der Sachverhalte und Ereignisse als etwas Eigenständiges mit eigenem Wert und Sinn, das über das individuelle Verfügen hinaus reicht. Es geht in dieser Bewertungsdimension also um die Funktion von Medien für die Realitätserklärung, deren konsequente Form das Lehren und Lernen ist.

4.3 Kontexte herstellen in der Welt als Supermarkt

Die Aufgabe, sich in einer vielschichtigen und auch brüchigen Welt die eigene Lebenswelt herzustellen, ist nicht nur für Kinder eine kräftezehrende und riskante Aufgabe, zu deren Bewältigung sie Hilfe brauchen. Nicht erst aufgrund der Globalisierung liefern Fernsehen und andere elektronische Medien eine Fülle von Formaten und Genres, die sich nicht allein auf der Basis kultureller Tradition erklären. Gängig ist in diesem Zusammenhang die Vorstellung, Kinder sollten beim Fernsehen natürlich nicht allein gelassen werden; zuhörende, erklärende oder auch beruhigende Eltern bzw. Bezugspersonen sollten sie dabei begleiten. Dies nicht allein der Familie zu überlassen, ist auch Aufgabe der Medienanbieter. Das gilt insbesondere, wenn Programme den angestammten Kulturkontext verlassen und Kinder sie ohne tradierten oder vertrauten Bezugsrahmen, also ohne eigene Genrekompetenz rezipieren.

Dazu gehört sicherlich etwas, das Kinderfernsehen, zum Beispiel die *Sendung mit der Maus*, immer schon macht, nämlich die Welt zu erklären. Neu ist dagegen der Weg, Bezüge zu Lebensstilen anzubieten und mit typischer Alltagsästhetik eine symbolische Brücke zu neuen sozialen Gefüge wie Fan-Gruppen, Szenen, Milieus zu bauen. Das ist wichtig, weil diese Bezüge zu Stilen und Milieus soziale Verortung ermöglichen. Warum sollte nicht auch die Schule ihre ästhetische Domäne öffnen und Kindern bzw. Jugendlichen Ordnung, Orientierung mit Hilfe der aktuellen Alltagsästhetik bieten?

Noch ein kurzer Gedankensprung zu einer anderen Veränderung. Nachdem sich die Altersgrenze, von der an Kinder fernsehen können, verschoben hat, stellen sich Produzenten und Sender die Frage, was denn für Kinder von zwei Jahren ein altersgerechtes Fernsehprogramm sei. Die BBC und in Deutschland der Kinderkanal griffen mit *Teletubbies* auf eine rhythmische Struktur zurück, sicher nicht nur weil bei Kleinkinderfernsehen die alten Kinderreime nahe liegen. Sicher sind auch die Video-clips prägend, die Rhythmisierung als Ordnungsmöglichkeit ins Zentrum für Han-

deln und Aneignung stellen. *Teletubbies* führen diese Idee weiter und machen den Bildschirm zum rhythmischen Spielraum, der sich aus der Abfolge der Programmelemente und aus der die Choreografie der Hauptfiguren bildet.

Ein prägnantes Beispiel ist auch *Zwischen Herrn Morens Ohren* (Nickelodeon), eine Serie von nur zwei Minuten kurzen Spots, in denen die Hauptfigur, Herr Moren, rhythmische Abenteuer erlebt. Dazu werden einzelne Geräusche wiederholt und sichtbar gemacht. Nach einer rhythmischen Mischung von Alltagsgeräuschen und Musikinstrumenten kommt die Aufforderung, in die Welt zwischen Herrn Morens Ohren einzutreten. Es folgt eine Szene mit Geräuschen eines Büros: Radieren, Papierknüllen, Telefon. Die Bilder und Geräusche sind als Collage gemischt, die ein Rhythmus jedoch zusammenhält. Die Welt zu hören, ist für Fernsehen eine erstaunliche Aufgabe. Welche Lösung wird geboten? Die Welt erscheint so lange als Lärm, bis die Zuschauer einen Rhythmus wahrnehmen. Der Rhythmus macht aus Lärm ein Hörerlebnis. Die moderne Welt mit den vielen zerstückelten Erlebnisangeboten bekommt eine neue Qualität, die weit über die Ästhetik von Kinderreimen einerseits oder aktueller Musikstile wie Rap oder Techno andererseits hinausgeht.