

Ben Bachmair

## Qualität des Kinderfernsehens in einer von Alltagsästhetik bestimmten Kultur

**Mit aktuellen gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen verändert sich auch das Bewertungssystem für mediale Qualität. Lebensstile und Milieus werden zum Bezugsrahmen für stiltypische Qualitätsmaßstäbe.**

### 1. Im Kinderzimmer konkretisieren sich alltagsästhetische Lebenswelten

Die von der Kulturosoziologie (z. B. Ulrich Beck<sup>1</sup>, Anthony Giddens<sup>2</sup>) seit den 1980er Jahren festgestellte Enttraditionalisierung führt u. a. zu einer neuen gesellschaftlichen Gliederung. Für den Standort in unserer Gesellschaft sind nicht mehr der jeweilige Beruf mit dem jeweiligen Einkommen und unterschiedliche schulische Bildung allein prägend, sondern ebenso wichtig ist die von den Menschen individuell gestaltete kulturell-ästhetische Lebenswelt. Beruf, Einkommen, Schulbildung waren und sind den Menschen sozusagen von außen angetragene oder aufgedrückte Prägungen, die ihnen ihren gesellschaftlichen Status zuschreiben.

Diese Art der Prägung war ein gesellschaftlicher Ordnungsmechanismus der Moderne, den jetzt die »reflexive Moderne«, so Ulrich Becks Etikett für die aktuelle gesellschaftliche Entwicklung, mit dem dominanten Mechanismus der Individualisierung überlagert. Diese Individualisierung hat als überraschende Dynamik die

von Gerhard Schulze beschriebene »Erlebnisrationalität«.<sup>3</sup>

Die Menschen ordnen die gesellschaftliche Wirklichkeit so, dass sie persönlich subjektiven Sinn macht. Die objektive Welt wird so zur subjektiven Lebenswelt der Lebensstile. Dabei macht u. a. der Wohnstil, tatsächlich die Wohnungseinrichtung, diese Lebenswelt als subjektive gesellschaftliche Wirklichkeit erkennbar.

Machen wir deshalb einen Besuch in zwei Kinderzimmern.<sup>4</sup> Bei der 11-jährigen Maria kommt man in die ästhetische Umgebung, die die Sinus-Studie<sup>5</sup> als »traditionelles Milieu« mit der Ausprägung »DDR-Nostalgische« bezeichnet. Marias Familie hat im Sinne der Sinus-Definition der Lebensstile eine traditionelle Lebensausrichtung. Sie lebt in einem Milieu mit dem Schwerpunkt der »DDR-Nostalgie«. Dazu Bild 1 mit der für dieses Milieu typischen Wohnzimmereinrichtung.

#### Traditionelle Milieus:

- Sinus A12 (Konservative): Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen,
- Sinus A23 (Traditionsverwurzelte): Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur,
- Sinus AB2 (DDR-Nostalgische): Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität.

Diesem Familienstil entspricht in Marias Zimmer die Schrankwand mit Fernseher und Stereoanlage. Auf ihrem Fernsehgerät stehen die Figuren eines Hundes und zweier Bären aus Porzellan. Ihr Zimmer spiegelt jedoch auch ihre Medienvorlieben und Mediennutzung. So war sie damals, vor fast 10 Jahren, Expertin und Fan von Boygroups, deren Poster und Merchandising-Objekte den Wohnungsstil ihrer Eltern überlagerten.

Hinzu kam Marias Vorliebe für Sportsendungen, um ein gemeinsames Thema mit ihrem Vater zu haben. Zugleich grenzte sie sich mit ihren Medienvorlieben eines älteren Mädchens



Bild 1: Wohnzimmereinrichtung Sinus-Milieu »DDR-Nostalgie«

– *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (RTL), *Beverly Hills, 90210* (RTL), *TV-Roman* (RTL) – von ihrer kleineren Schwester ab.

Der gleiche Mechanismus, sich im stilistischen Milieu der Eltern die eigene Lebenswelt auch mit Medienvorlieben und dem Nutzungsmuster aufzubauen, findet sich ein paar Jahre später beim 10-jährigen Luis<sup>6</sup>, der Experte für das gerade aktuelle Genre *Pokémon* ist. Er stattet mit den zugehörigen Postern und weiteren Merchandising-Produkten nicht nur sein Zimmer aus, sondern organisiert sich zudem mit seinen Freunden mithilfe der Pokémons ein ziemliches Stück eines gemeinsamen Tagesablaufs und Soziallebens, zumindest für einige Wochen und Monate.

Wie wohnt Luis? – So die erste Annäherung an das Milieu der Eltern. In einem geräumigen Reihenhaus in guter Lage. Sein Kinderzimmer ist die gleichlautende Antwort eines 10-Jährigen auf das gepflegt moderne Wohnzimmer der Eltern, die der erfolgreichen Leistungselite angehören, die die Sinus-Milieus als die »Moderne Performer« bezeichnen (s. Bild 2 der Sinus-Milieus).

### Gesellschaftliche Leitmilieus

- Sinus B1 (Etablierte): Das selbstbewusste Establishment: Erfolgsethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche,

- Sinus B12 (Postmaterielle): Das aufgeklärte Nach-68er-Milieu: liberale Grundhaltung, postmaterielle Werte und intellektuelle Interessen,

- Sinus C12 (Moderne Performer): Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung.

In solchen Milieus wachsen heute Kinder auf, nehmen deren Orientierung auf oder grenzen sich davon ab. Sie verwenden die Milieus auch als Muster, innerhalb derer sie Medienpräferenzen entwickeln.

## 2. Bezugsrahmen für Qualität: Alltagsästhetik und Kindheit

### Alltagsästhetik und ihre Maßstäbe

Was heißt für Maria, was für Luis Qualität? Qualität der Möbel, Qualität der Medien? Qualität definiert sich immer als Werturteil innerhalb von Bezugsrahmen. Die augenblickliche kulturelle Entwicklung hat keinen angestammten, ausschließlichen Bezugsrahmen für die Definition und die Bewertung von Qualität. Die einst gut funktionierende hierarchische Lösung mit einer Hochkultur als Definitionsrahmen für Qualität und standes- bzw. schichtspezifischen eigenen Definitionen entwickelt sich zu Bestandteilen einzelner Milieus

und verliert somit ihre Prägekraft, bekommt stattdessen nur noch die Funktion eines Maßstabs für eine von etlichen Lebensstil-Möglichkeiten. In den Kategorien der Sinus-Milieus gehört diese Qualitäts-

definition der Hochkultur u. a. als Abgrenzungsmechanismus zu den »traditionellen Milieus« der »Konservativen« mit Ausrichtung auf das »alte deutsche Bildungsbürgertum«, »konservative Kulturkritik«, »humanistisch geprägte Pflichtauffassung« und »gepflegte Umgangsformen«. Dieser Lebensstil bemächtigt sich sozusagen der Realitäts- und Schönheitsdefinition der Renaissance als Quelle der Moderne. Sie macht zudem die kritische Schönheits-Hoffnung der deutschen Klassik zur ästhetischen Ausstattung einer Lebensweise, die *vergessen* hat, wie sehr sich ein »Werther« bemühte, die Repressionsmechanismen des 18. Jahrhunderts zu transzendieren. Sie vergisst zudem, wie sehr der »Sturm und Drang« mit seiner Sprache und seinen Figuren die bürgerliche Hochkultur prägte, indem sie die Ausprägung des eigenen und subjektiven Erlebens als Gegenentwurf gegen die Repression des Feudalstaates vor der Moderne setzte.

Welches Fazit lässt sich ziehen? Mit dem Zerbröckeln der kulturellen Gewissheiten im Zuge der *reflexiven Moderne* Ende des 20. Jahrhunderts degeneriert das Bewertungssystem für mediale Qualität aus der literarischen, bildnerischen und musikalischen Klassik zum Maßstab spezieller Lebensstile. Die überschaubare Vielfalt der Lebensstile und Lebensmilieus entwickelt sich zum Bezugsrahmen für stiltypische Qualitätsmaßstäbe.

### In Lebensstile verwobene Normen und Werte

Wie funktioniert diese neue Qualitätsdefinition? In die Ästhetik der heutigen Lebenswelten und Lebensstile sind unterschiedliche Werte, Ziele und generelle Muster sozusagen eingeschrieben. So verbinden sich im Kinderzimmer individueller Sinn, Lebenslauf, Lebensgestaltung, Alltag und Darstellungs-Codes. Soziale Stile und alltagsästhetische Milieus sind, so Gerhart Schulze<sup>7</sup>, Code-Hand-



Bild 2: Wohnzeimereinrichtung Sinus-Milieu »Moderne Performer«

lungs-Systeme, die die sozialen Räume der aktuellen Lebenswelt bestimmen. Wohnzimmer und Kinderzimmer oder bevorzugte Medien und Konsumartikel sind nicht nur zum Wohnen und für den Zeitvertreib da, sie legen in einer nur indirekt erschließbaren Weise die Zielrichtung und die Maßstäbe der Menschen im Rahmen ihrer stilistisch organisierten Lebenswelten fest. Für Kinder bleibt die Zuordnung streckenweise offen und wählbar, insbesondere über Medienvorlieben.

Gerhart Schulze hat Zielrichtungen und Maßstäbe in seiner Untersuchung zur *Erlebnisgesellschaft* als Muster herausgearbeitet. So enthalten Wohnungseinrichtung, verschiedene Anziehstile oder Medienvorlieben z. B. »existentielle Anschauungsweisen« (Schulze 1992, S. 261) wie die Art der »Weltverankerung«. Mithilfe dieser kulturellen Produkte unterscheiden sich Milieus voneinander, z. B. nach dem »Streben nach Rang, Konformität oder Geborgenheit«, ebenso in ihren Leitbildern (»politisch-gesellschaftliches Interesse«/»religiöse Orientierung«/»Option für individuelle Freiheiten«), pflegen unterschiedliche Denk- und Handlungsstile (z. B. Erlebnisformen der »Kontrolle« und der »Konzentration«/der »Entlastung« und der »Unmittelbarkeit«). Die Sinus-Milieu-Untersuchungen fassen solche Normen und Werte in der Dimension »Grundorientierung« zusammen (siehe unten das Schema »Die Sinus-Milieus in Deutschland«).

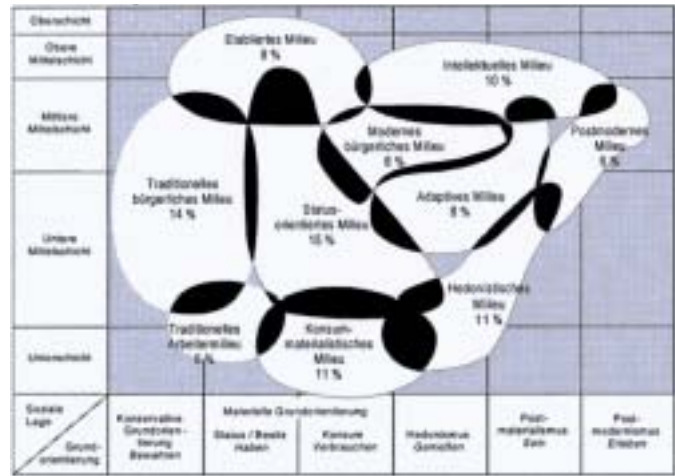
**Kindheit in der Spannung riskanter Lebenswelten<sup>8</sup>**

Es ist also nicht mehr der gesellschaftlichen Wirklichkeit angemessen, Qualität in einem objektiven Werte-, Tugend- oder Schönheitskontext zu erörtern und festzulegen, denn die Sicherheit der anscheinend objektiven Welt der Moderne verliert gerade ihre Präge- und Stützfunktion. Im Moment entsteht etwas Neues, wie Ulrich Beck es formuliert hat<sup>9</sup>,

eine neue Form von Reflexivität, und zwar als neue Spannung der Menschen als Subjekte in Gesellschaft und Kultur, die sich aus ihrer subjektiven Lebensperspektive in ihren individuellen Lebenswelten mit den dafür typischen Konsumangeboten entwickelt. Diese individuellen Lebenswelten stehen unter hoher Spannung, weil die mächtigen und widersprüchlichen gesellschaftlichen Institutionen diese individuellen Lebenswelten eigentlich nicht brauchen oder nur als Rahmen funktionierender Konsumenten, Arbeitskräfte usw. Zu erleben ist diese Spannung im Augenblick vor allem in der Entstaatlichung der Risikovorsorge und als Verlust der vertrauten Erwerbsarbeit. In diesem Bezugsrahmen der »riskanten« individuellen Lebenswelten spielen Medien ob ihrer Flexibilität eine wichtige Rolle.

Für Kinder ist es nicht einfach, in der Welt der reflexiven Moderne aufzuwachsen. Der Problemdruck reicht von der Armut, die Kinder für viele Familien mit sich bringen, über neue Formen von Körperlichkeit, auf die Etiketten wie *Aufmerksamkeitsdefizitsyndrom* hinweisen, bis zum globalisierten Schulleistungsstress in der Nachfolge der PISA-Ergebnisse.

Abb. 1: Die Sinus-Milieus in Deutschland 2000 in Bevölkerungsanteilen



Quelle: Sinus Sociovision, Heidelberg 2000.

**Individualisierung und Milieu-Einbettung von Mediennutzungsmustern**

Zurzeit bilden sich neue Mediennutzungsmuster heraus, wie die aktuellen empirischen Forschungen zeigen. So unterscheiden sich Kinder nach den SuperRTL-Studien zur Medienwelt der Kinder<sup>10</sup> deutlich danach, wie sie Fernsehen in ihre jeweilige Art der Außenorientierung und in ihr Aktivitätsniveau einbinden. Es bilden sich sehr unterschiedliche Handlungsmuster, wie sich Kinder mit welchen Medien- und Konsumangeboten umgeben.

Katharina Kuchenbuch<sup>11</sup> hat die Fernsehpräferenzen von Kindern nach der Einordnung ihrer Familien in die Sinus-Milieus untersucht und dabei bemerkenswerte Zusammenhänge zwischen Lebensstilausrichtung der Familien und den Fernsehvorlieben der Kinder festgestellt. Dazu einige markante Ergebnisse (s. Abb. 1): Kinder gibt es vor allem in zwei Milieus, im »statusorientierten Milieu« (Benennung nach 2001: »Etabliertes« und »Bürgerliche Mitte«) und im »adaptiven Milieu« (Benennung nach 2001: »Moderne Performer«).<sup>12</sup>

Je nach ihrer Werte-Grundorientierung unterscheiden sich die Milieus in der Zeitmenge, die die Kinder fernsehen: »Je moderner die Milieu-

Grundorientierung, desto weniger sehen die Kinder fern« (Kuchenbuch 2003, S. 4) (in der Abbildung 1 sind das die auf der Achse »Grundorientierung« mehr rechts aufgeführten Milieus.) Auch die Fernsehnutzungszeiten unterscheiden sich: »Kinder aus Milieus der niedrigen sozialen Lagen sowie aus Milieus mit konservativer Grundorientierung« sehen »besonders vor- und nachmittags überdurchschnittlich viel« fern, »während die Kinder aus Milieus der höheren sozialen Lagen mit moderner Grundorientierung einen deutlicheren Schwerpunkt bei der Nutzung am Abend haben« (Kuchenbuch S. 5). Zudem gibt es milieubezogene Sender- und damit auch verbundene Programm- und Formatpräferenzen. Die »kleinen Privatsender sprechen insbesondere Kinder aus modernen Milieus der mittleren und unteren sozialen Lagen an«. Dazu gehören Kinder aus dem »hedonistischen Milieu« und dem »modern bürgerlichen Milieu«, die weniger zu den öffentlich-rechtlichen Programmen schalten. »Kinder und Erwachsene aus die-

sen modernen Milieus erwarten vom Fernsehen stärker fiction- und unterhaltungslastige Programme« (Kuchenbuch S. 5). *Die Sendung mit der Maus* hat deshalb ein deutlich größeres Kinderpublikum im Milieu der Intellektuellen, *Pokémon* dagegen in konsummaterialistischen und postmodernen Milieus (s. Tab. 1 und 2 nach Kuchenbuch 2003).

### 3. Qualität für Kinder in den massenmedialen Diskursen

Die ästhetische Gestaltung alltäglicher individueller Lebenswelten im gesellschaftlichen Rahmen von Milieus hat nichts mit der Beliebigkeit von Geschmacksfragen zu tun, sondern mit der Flexibilität des ästhetischen Anteils von Waren und Dienstleistungen in unserer Kultur. Medien sind in besonderem Maße flexibel für individuelle Nutzung und zeichenhaft kommunikativer Verwendung (z. B. Ich bin Fan/Experte von ...), womit sich Medien – sowohl die Inhalte als

auch die Geräte – für Kinder und Jugendliche beim Ausprobieren von milieubezogenen Lebensmöglichkeiten als recht zweckmäßig erweisen. Bedenkt man zudem die für Kindheit heute notwendige Reflexivität, d. h. mit institutionell veranlassten Spannungen so umzugehen, dass daraus Teile des eigenen Lebens werden, die sich wieder verändern lassen, dann ist der Qualitätsanspruch an mediale Angebote in der Perspektive der Kinder wichtig. Im Vordergrund stehen dabei die mit der milieuspezifischen Mediennutzung verbundenen, anders formuliert, die in Medien *eingeschriebenen* Werte, Maßstäbe, Weltbezüge, sozialen Handlungsstile usw. Dabei darf auch pädagogisch kompensatorisch in dem Sinne gedacht werden, für Kinder etwas attraktiv zu machen, das in ihrem Lebensmilieu wenig ausgeprägt ist. So ist wichtig, Kindern in eher nachmittags und viel fernsehenden Milieus Programme zu bieten, die eine Welterklärung liefern, die auch anschlussfähig für die Schule und deren Definition von Literalität ist. Vor aller Theorie sollte dabei ein pädagogischer Gedanke die Bemühungen um mediale Qualität leiten, nämlich gelingendes Kinderleben zu unterstützen. Auch wenn Fernsehredakteure und Lehrer sich nicht mehr in Milieu-Kinderwelten und fragmentierten Lebensläufen heutiger Kinder auskennen, so ist eine Offenheit für diese neuen Sozial- und Lebensformen der reflexiven Moderne denk- und diskutierbar, ebenso die Frage, welche Möglichkeiten Medien welchen Kindern für das Gelingen ihres Lebens anbieten. Dabei bleibt das Problem unberührt, dass Massenkommunikation in antagonistische Felder zerfällt. Das Modell, das sich in den letzten Jahren zumindest in der Theorie durchgesetzt hat, ist das *Encoding-Decoding-Modell* von Stuart Hall.<sup>13</sup> In Halls Sinne besteht Massenkommunikation aus sozialen Handlungsfeldern, in denen auf recht unterschiedliche Weise – sie sind insbesondere in Sachen *Macht*

Tab. 1: Marktanteile der *Sendung mit der Maus* nach Sinus-Milieus in ARD/Das Erste in %, November 2000.

Milieu	3-13 Jahre
Etabliertes	36,6
Intellektuelles	53,2
Traditionelles bürgerliches	36,8
Statusorientiertes	34,6
Modernes bürgerliches	23,1
Adaptives	39,8
Postmodernes	27,7
Traditionelles Arbeitermilieu	34,4
Konsummaterialistisches	16,9
Hedonistisches	35,8
Basis: Kinder 3-13 Jahre: 36,1 % Marktanteil. Das Erste, Sonntag, 11.30-12.00 Uhr, November 2000.	

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, eigene Berechnungen.

Tab. 2: Marktanteile von *Pokémon* nach Sinus-Milieus in %, November 2000.

Milieu	3-13 Jahre
Etabliertes	46,9
Intellektuelles	45,6
Traditionelles bürgerliches	49,4
Statusorientiertes	43,0
Modernes bürgerliches	66,6
Adaptives	47,7
Postmodernes	55,8
Traditionelles Arbeitermilieu	53,9
Konsummaterialistisches	55,7
Hedonistisches	62,3
Basis: Kinder 3-13 Jahre: 50,1 % Marktanteil.	

Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung, eigene Berechnungen.

mehr als nur unterschiedlich – Bedeutung erstellt wird (*signifying practices*). Das ist zum einen die industrielle Medienproduktion mit ihren Zielen und Zwängen, die sich heute mit dem Alltagsleben über ein komplexes System von Medien, Konsumangeboten und Dienstleistungen (*meaningful cultural products*) verbinden. Die Mediennutzer und die Käufer von Waren und Dienstleistungen der zweiten Sphäre der Massenkommunikation basteln sich mit den Konsumangeboten im Rahmen sozialkultureller Milieus ihre individuellen Lebenswelten.

Da sich Qualität als Werturteil in Bezugsrahmen definiert, bildet diese Logik der Massenkommunikation den Bezugsrahmen. Dabei sind die sozialen Praktiken oder Diskurse in die beiden Sphären geteilt: Produktion und Vertrieb (*Encoding*); Erwerb, Nutzung und Rezeption (*Decoding*), die sich in der *reflexiven Moderne* auf Lebensstile und ihre Milieus, auf Szenen und Fan-Gruppen beziehen. Für das Fernsehen repräsentiert der Akt des Einschaltens bzw. Ausschaltens, den die »Quoten« zahlenmäßig erfassen, die Verbindung der beiden massenmedialen Diskurse. Typisch für eine Konsumgesellschaft sind die aktiv handelnden Rezipienten in ihren Alltagssituationen mit ihrer thematischen Sinnorientierung auf der Basis ihrer Lebensgeschichte und Lebensperspektive in ihren sozialen sowie medialen Bezügen.

### **Drei leitende Gedanken für Fernsehqualität: Orientierung, der Eigensinn der Kinder und der Eigensinn der Welt**

Wie in den beiden Sphären der Massenkommunikation Qualität definieren? Wie gesagt, verliert in der »reflexiven Moderne« ein einzelnes Definitionsmodell von Qualität seine allgemein verbindliche Funktion. Auf dem Weg zum Konsens ist deshalb der Gedanke, dass sich Hochkultur und ihre sonstigen Anspruchsderivate nicht mehr als allgemein ver-

bindliches Qualitätskriterium eignen. Die Lebenswelten sind jedoch zu fragmentiert, als dass sie allein definitionsmächtig für Qualität wären. Unsere Kultur der Subjektivität wäre vermutlich der Beliebtheit des jeweiligen Geschmacks und ihren Widersprüchen zwischen den Milieus ausgeliefert.

Zwar liefern im Falle von Maria und Luis die alltagsästhetisch definierten Familienmilieus den individuellen Rahmen für Qualitätsdefinitionen. Hinzukommen muss der kindheitsspezifische Rahmen mit einer Diskussion, die darauf eingeht, was es heißt, in einer Phase der Enttraditionalisierung hin zur »reflexiven Moderne« aufzuwachsen. Damit wird die Qualitätsdiskussion in der Perspektive der fernsehenden Kinder geführt, im Hallischen Sinne also in der massenmedialen Sphäre des *Encoding*. Drei Qualitätskriterien sind hierzu angebracht.<sup>14</sup>

### **Qualität und Orientierungsleistungen der Kinder**

Sich die Lebenswelt in der Konsumgesellschaft aus vielen Konsumelementen und institutionellen Zwängen zusammenzubasteln, sich auf die Milieus der Eltern einzustellen oder andere Milieus auszuprobieren ver-

Trenner von Werbung und Programm. Sie für Kinder verschiedener Altersstufen und Milieus als Wegweiser, Markierungen, Warntafeln und Leitlinien bewusst zu optimieren, wäre eine hilfreiche Aufgabe.<sup>15</sup>

Neben diesen medialen sind soziale Orientierungshilfen für Kinder wichtig. Ob ein Programm Kinder unterstützt, sich in der Komplexität heutigen Soziallebens zurechtzufinden, war immer ein wichtiges inhaltliches Kriterium für Qualität. Hinzu kommt jetzt die Aufgabe, wie soziale Orientierung nicht nur für Kindheit als solche, sondern für die jeweiligen Milieus und ihre Nutzungsmuster sowie für unterschiedliche Handlungsmuster der Kinder angemessen anzubieten sind. Dieses wäre an anderer Stelle zu vertiefen.

### **Qualität und Reflexivität – der Eigensinn der Kinder**

In den Diskursen der Massenkommunikation unserer Industriegesellschaft werden Kinder deutlich als Konsumenten adressiert. Wo bleibt ihr Eigenwert als Subjekte, wann steht der Konsumnutzen hinten an, z. B. wenn Sendungen Kindern anbieten, Konsumobjekte entgegen der allgemeinen »Lesart« zu nutzen? Bildhaft formuliert geht es darum,



Disneys *Pepper Ann*, Folge: *Soldat Janie*

langt von Kindern ständig, sich zu orientieren. Medien können Orientierungen anbieten, einmal indem sie sich selbst kenntlich machen. Dazu gehören u. a. die kleinsten Programmelemente des Fernsehens. Das sind Logos, Trailer, zeitliche und inhaltliche Programmhinweise wie

Kinder in ihrem Eigensinn zu fördern und zu unterstützen. Im Mittelpunkt einer Qualitätsdiskussion steht dabei die thematische Lebensperspektive der jeweiligen Kinder. Dieser Eigensinn ist jedoch auch Teil der Werteausrichtung des jeweiligen sozialen Milieus.

Hier das Beispiel *Pepper Ann* aus dem RTL-Programm, das Kindern im Cartoon die Eigenheit der Medienrezeption zeigt, sie dabei stützt, sich nicht eine gängige »Theorie« überstülpen zu lassen. Die Sendung hat Medienkompetenz im Alltagsleben zum Gegenstand, die sich sowohl an Erfahrungssituationen als auch an Gedankenspielen (wenn die besserwissende Tante süchtig nach Gewaltspielen wird) ausrichtet.<sup>16</sup>

Pepper Anns Tante möchte eine eigene Studie über Gewalt-Videospiele machen, um, wie sie sagt, die heutige Jugend zu retten. Pepper Ann berät ihre Tante und empfiehlt ihr, die Software »Kampfmaschine« auszuprobieren. Anns Tante ist von diesem Kampfspiel hingerissen. In der Spielhandlung übernimmt Pepper Ann die Rolle der Spiele-Erfahrenen mit Überblick, die die Suchttendenz ihrer Tante einordnet und bewertet.

### Qualität und Repräsentation – der Eigensinn der Welt und der Medien

Einer der leitenden Gedanken der Renaissance, nämlich der von der Eigenständigkeit der Welt, beginnt seine Deutungsmächtigkeit einzubüßen, u. a. indem *die Medien* die Welt für ihre Zwecke inszenieren. Natürlich steht auch die Inbesitznahme von Sachverhalten und Ereignissen für Lernzwecke der Eigenqualität der Welt entgegen. Den Eigensinn der Welt herauszustellen war und ist jedoch eines der Anliegen der *Sendung mit der Maus*. Sie stellt die Genese der Dinge vor und bestätigt damit deren Eigenwert und nicht nur ihre Möglichkeit, sie zu benutzen. Die *Maus* reduziert die Welt auch nicht zum schulischen Lernobjekt, sondern stellt sie als faszinierend und befragbar in die Perspektive der Kinder. Ob es den Real-Life-Formaten, die ja auch vom genetischen Prinzip leben, gelingt, die Eigenständigkeit der sozialen Welt zu zeigen, lässt sich in Frage stellen. Diese Formate kommen jedoch in den Milieus, die sich posi-

tiv auf Modernität ausrichten, gut an, *Die Sendung mit der Maus* dagegen vor allem in einer intellektuellen Milieuausprägung, so die Ergebnisse von Katharina Kuchenbuch. Den Eigensinn der sozialen Welt auch in den Real-Life-Formaten herauszustellen ist deshalb eine Qualitätsherausforderung. ■

### ANMERKUNGEN

- 1 Beck, Ulrich: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1986.
- 2 Giddens, Anthony: *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge, Oxford: Polity Press, Blackwell Publishers 1991.
- 3 Schulze, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Campus 1992.
- 4 Bachmair, Ben: *Kinderfernsehen im Umbruch? In den Kinderzimmern tut sich was*. In: *TelevIZion*, 10/1997/2, S. 13-19.
- 5 *Sinus-Milieus im Fernsehpanel, das Gesamtdeutsche Modell*. Herausgeber: AGF Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung; Texte und Bilder: AGF, Sinus Sociovision GmbH; Gestaltung und Produktion: Diehl Design GmbH, September 2002; Copyright by AGF Arbeitsgemeinschaft, Fernsehforschung und Sinus Sociovision GmbH.
- 6 Bachmair, Ben: *Abenteuer Fernsehen. Ein Begleitbuch für Eltern*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag 2001, S. 149 ff.
- 7 Schulze, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt a. M.: Campus 1992.
- 8 *Siehe dazu auch die britische Diskussion bei Sonia Livingstone: Young people and new media. Childhood and the changing media environment*. London: Sage 2002, reprint 2003, S. 108 ff.
- 9 Beck, Ulrich: *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1986.
- 10 *Super RTL Medienforschung: Kinderwelten 2002. Studienbericht Köln (RTL Disney Fernsehen GmbH & Co. KG). Durchführung der Studie: IJF Institut für Jugendforschung, München. Datenanalyse und Redaktion des Studienberichtes: Transferzentrum Publizistik und Kommunikation, München. Typologie der Kinder nach Freizeitmustern: »die Passiven« mit »wenig Eigenaktivität«, jedoch mit viel »actionreichem Fernsehkonsum«; »die Spielkinder, mit viel Spielzeug und Märchengeschichten«; »die Intellektuellen«, die sich auf »mehr Wissen für den leistungsorientierten Vorsprung« konzentrieren; »die Gamer mit viel Spiel, Spaß und Spannung«; »die Unauffälligen« mit Tierliebe und Offenheit für Neues; »Fun & Action-Kids«, sie sind »jung, dynamisch und selten allein«; »die Allrounder« mit »Führungsanspruch«, »Ecken und Kanten«.*
- 11 Kuchenbuch, Katharina: *Die Fernsehnutzung von Kindern aus verschiedenen Herkunftsmilieus*. In: *Media Perspektiven*, -/2003/1, S. 2-11.
- 12 *2001 gab es bei den Sinus-Milieus einen Modellwechsel, der sich auch in der Benennung der Milieus niederschlägt. Die Daten der Untersuchung von Kuchenbuch stammen aus dem Jahr 2000, beziehen sich also auf die Milieudefinitionen vor dem Modellwechsel*.
- 13 Hall, Stuart: *Encoding/ Decoding*. In: Hall, Stuart u. a. (Hrsg.): *Culture, media, language*. London: Hutchinson. *Working papers in cultural studies, 1972-1979*, Hrsg.: Hall, Stuart u. a. [This article comprises an edited extract from Hall, S. (1973) »Encoding and decoding in television discourse«. CCCS Stencilled Paper no. 7.] London: Hutchinson. 1980, S. 128-139. Deutsch: Hall, Stuart: *Kodieren/Dekodieren*. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg (zu Klampen) 1999, S. 92-110; Hall, Stuart (Hrsg.): *Representation. Cultural representations and signifying practices*. London: Sage 1997.
- 14 *Weiterführende Argumentationen finden sich in Bachmair, Ben: Qualitätsfernsehen für Kinder – Argumente in einer kulturellen Übergangssituation*. In: *medienpraktisch*, 21/1997/2, S. 48-52 sowie in: Gottberg, Joachim v.; Mikos, Lothar; Wiedemann, Dieter (Hrsg.): *Kinder an die Fernbedienung. Konzepte und Kontroversen zum Kinderfilm und Kinderfernsehen*. Berlin: Vistas 1997, S. 225-237; Bachmair, Ben: *Was ist Qualität, wenn Lifestyle dominiert?* In: *TelevIZion*, 12/1999/1, S. 39-47.
- 15 *Siehe dazu Bachmair, Ben; Seipold, Judith: Intertextuelle und intramediale Bezüge als Orientierungsangebot – systematische Überlegungen und exemplarische Untersuchungen zu Verweisen auf das Fernsehangebot*. In: Bachmair, Ben; Diepold, Peter; de Witt, Claudia (Hrsg.): *Jahrbuch 3 der Kommission Medienpädagogik der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft*. Opladen: Leske und Budrich 2003, S. 51-81.
- 16 *Seipold, Judith: Fördert Fernsehen Medienkompetenz? Eine empirische Fernsehprogrammanalyse zum Angebot an Sendungen zur Medien- und Genrekompentenz*. Magisterarbeit. Fachbereich Erziehungswissenschaft/Humanwissenschaften, Universität Kassel. Kassel: Universität 2005.

### DER AUTOR

Ben Bachmair, Dr. phil., ist Professor für Erziehungswissenschaft und Medienpädagogik im Fachbereich 1 Erziehungswissenschaft/Humanwissenschaften der Universität Kassel.