

PÄDAGOGIK

HEUTE

betrifft erziehung — Das Praxismagazin für Lehrer

Schülerprotest
mit Pinsel und
Farbe

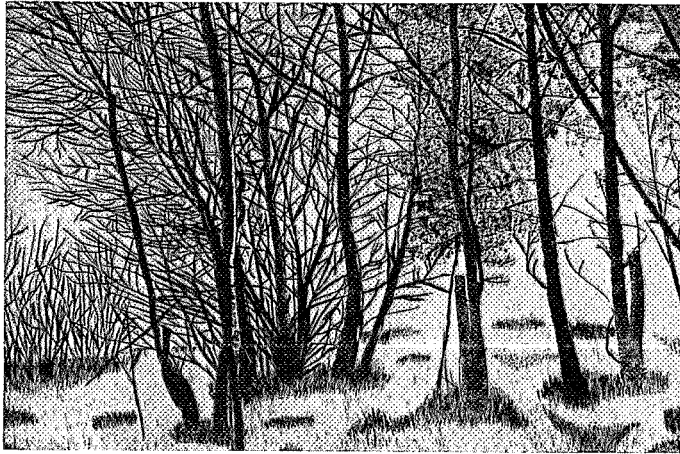
Kanuferien in
Südschweden

Auto und Fernsehen

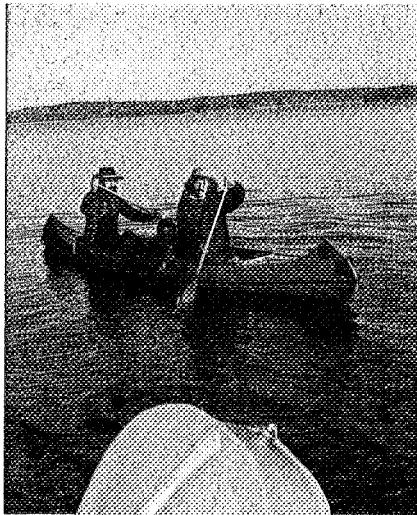
Objekte der
Didaktik



IN DIESEM HEFT



Ein Naturdenkmal und Feuchtbiotop wird für ein Polizeipräsidium geopfert. Schüler protestierten mit Pinsel und Farbe und hielten Erinnerungen fest



Wildnis, Natur satt, körperliche Herausforderung und rustikale Abenteuer bieten Kanuferien im südschwedischen Småland

Elvis-Tolle, Petticoats and Jailhouse-Rock begeisterten vor 30 Jahren die Jugendlichen und verunsicherten die Eltern



Auto und Fernsehen: Objekte der Begierde. Kulturhistorische Gedanken zur Technologisierung von Mobilität und Kommunikation S. 4

Schülerprotest mit Pinsel und Farbe. Ein Naturdenkmal und Feuchtbiotop wird für ein Polizeipräsidium geopfert S. 12

Kanuferien in Schweden. Rustikale Abenteuer im südschwedischen Småland S. 16

In memoriam: »ein bisgen lesen schreiben«. Zum 200. Todesjahr Friedrichs II. von Preußen, des »Großen« S. 25

See you later Alligator. Ruhrpott-Jugend in den 50ern S. 67

Auf den Spuren der Friedfertigkeit. »Gebogene Spitzen«, eine Zeitreise des Autors Rudolf Lodemann. Erster Teil einer Serie S. 72

Sind wir so? Wie ein Schweizer Fotograf die Deutschen sah S. 80

Schulportrait: Landschulheim am Soling S. 84

Schule und Praxis

Hitchcock in der Grundschule. Ein Projekt gegen kindliche Ängste S. 28

Handlungsorientierte Didaktik S. 40

Schulferien. Die Verheißung einer anderen Wirklichkeit S. 46

Tod eines Mitschülers. Tagebuchaufzeichnungen einer Lehrerin S. 49

Wer bestimmt, was Erziehung ist? Gedanken eines Pendlers zwischen Schule und Seminar S. 56

Was ich noch sagen wollte... S. 65

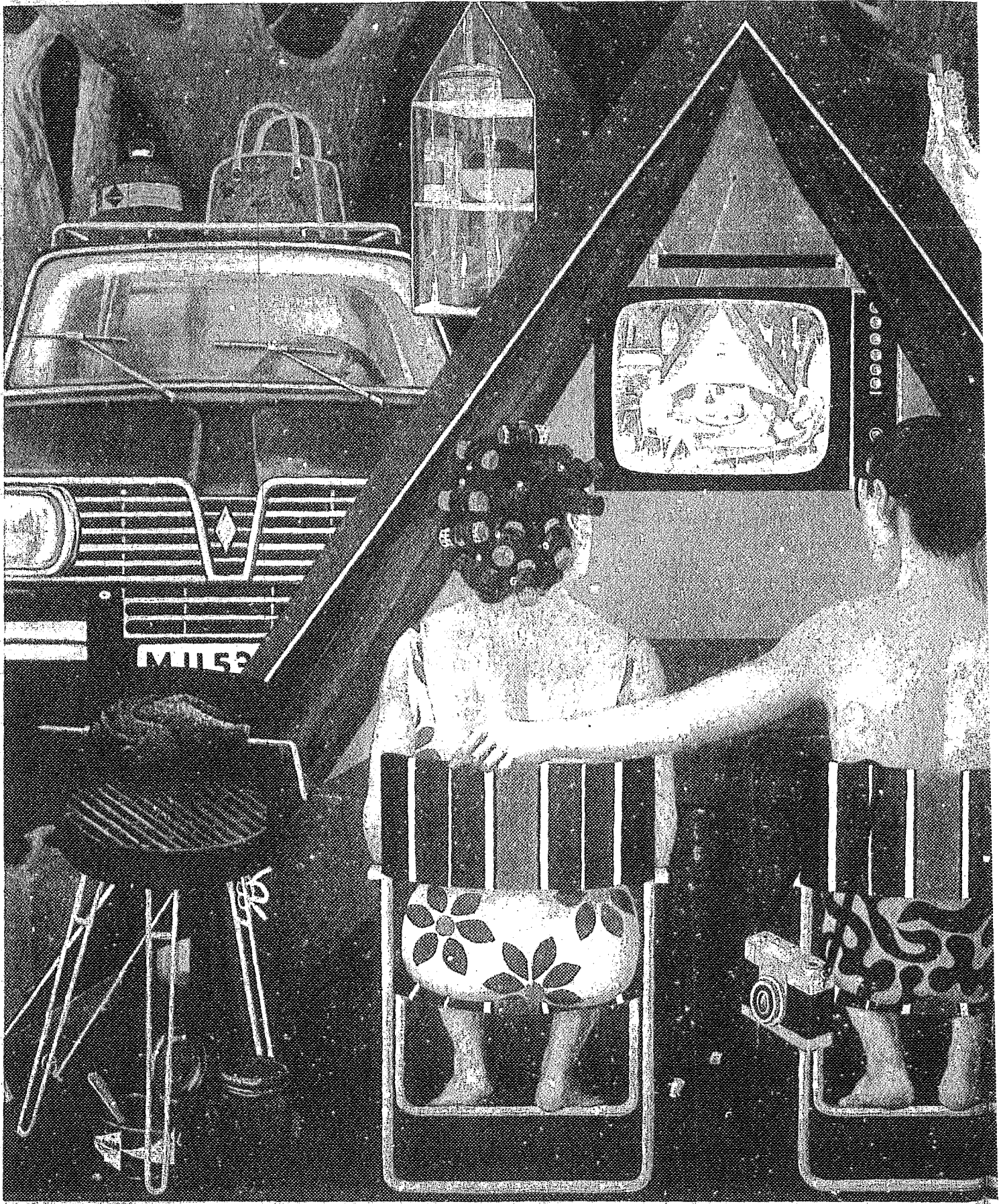
Medien-Infos S. 54

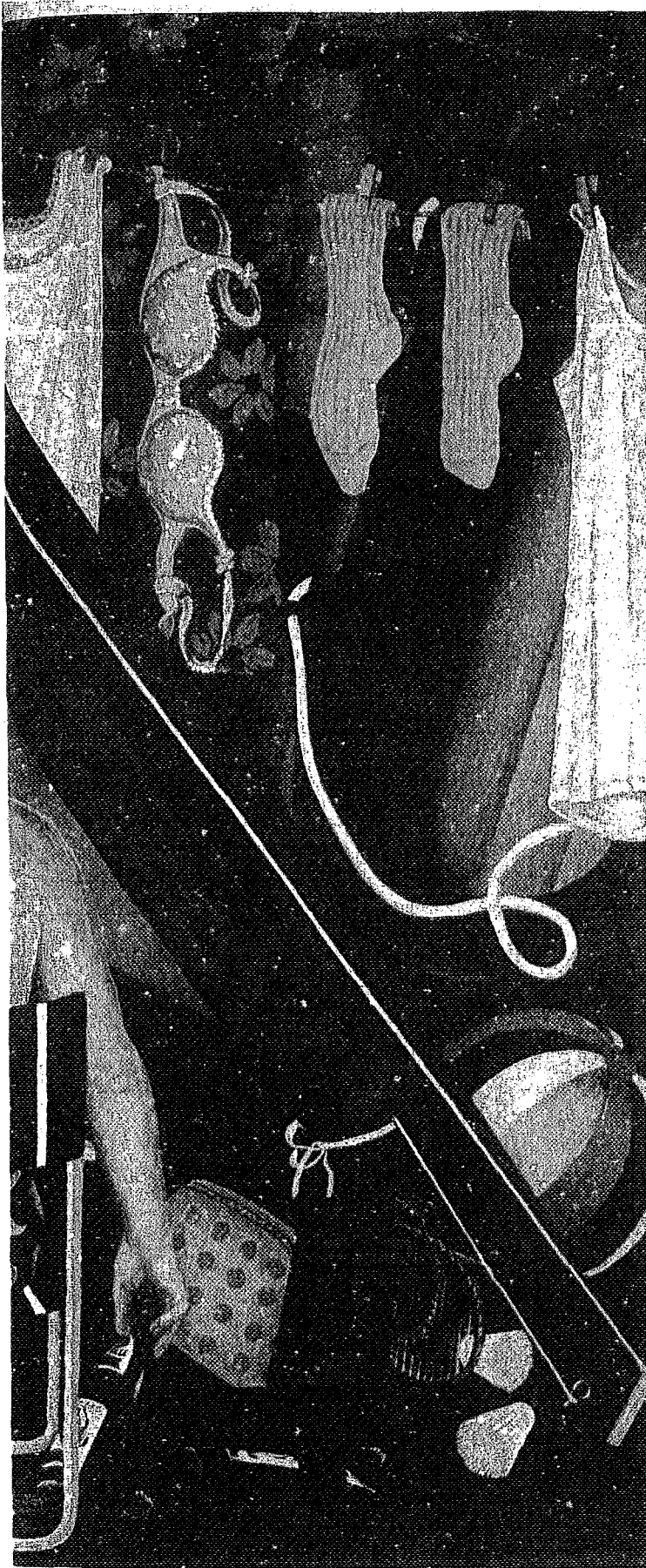
Bücher S. 60

Pinn-Wand S. 66

Im nächsten Heft S. 90

Impressum S. 90





Auto und Fernsehen

Objekte der Begierde

Kulturhistorische Gedanken zur
Technologisierung von
Mobilität und Kommunikation

Ein Teil unserer pädagogischen Aufmerksamkeit richtet sich im Moment auf die Neuen Medien: Was passiert? Wie verändert sich dadurch unsere Welt? Wie die Welt unserer Kinder? Die Neuen Medien sind der sichtbare Teil eines Eisberges, den wir Pädagogen voll dunk-

ler Ahnungen in Augenschein nehmen.

Das Mißtrauen hat mit Postmans Bestseller vom Verschwinden der Kindheit (N. Postman: Das Verschwinden der Kindheit, Frankfurt 1983) ein Sprachrohr gefunden, das Endzeit-Argumente hinausposaunt. Eine ganze Lebensphase geht als Folge des Fernsehens verloren. »Verkleinert« man Postmans Vorstellung, so bleibt übrig, daß technische Neuerungen einen Teil unseres Lebens begraben. Mit einem gewissen Schauer nehmen wir solch groß angelegte Erkenntnisse wahr, stimmen auch zu; ansonsten passiert wenig. Praktisch bedeutsam waren und sind dagegen die

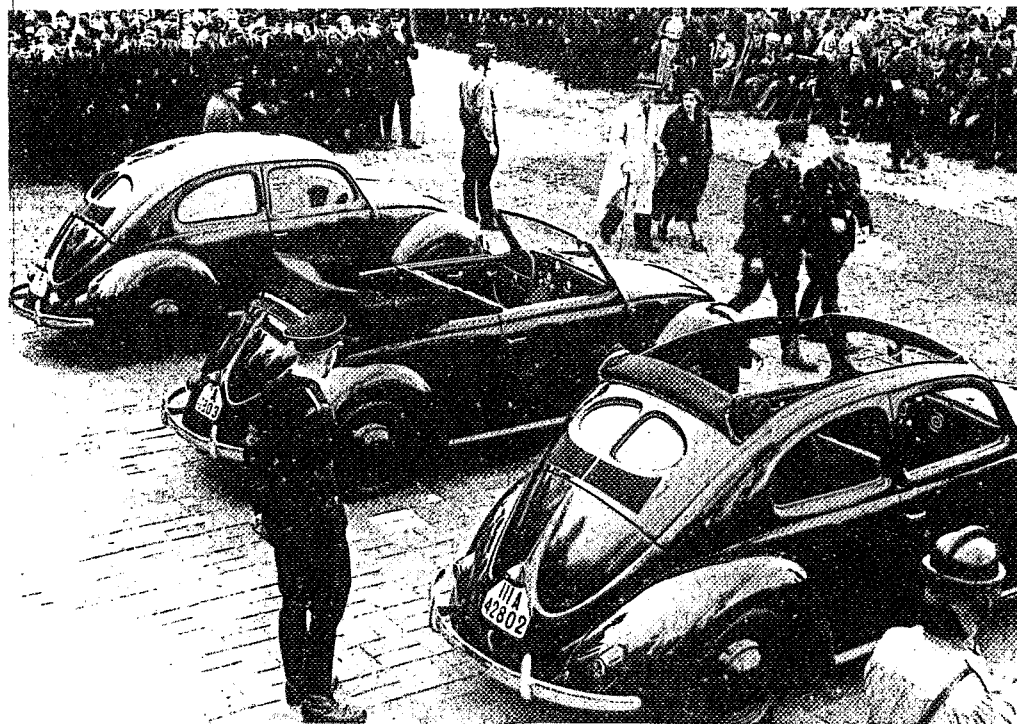
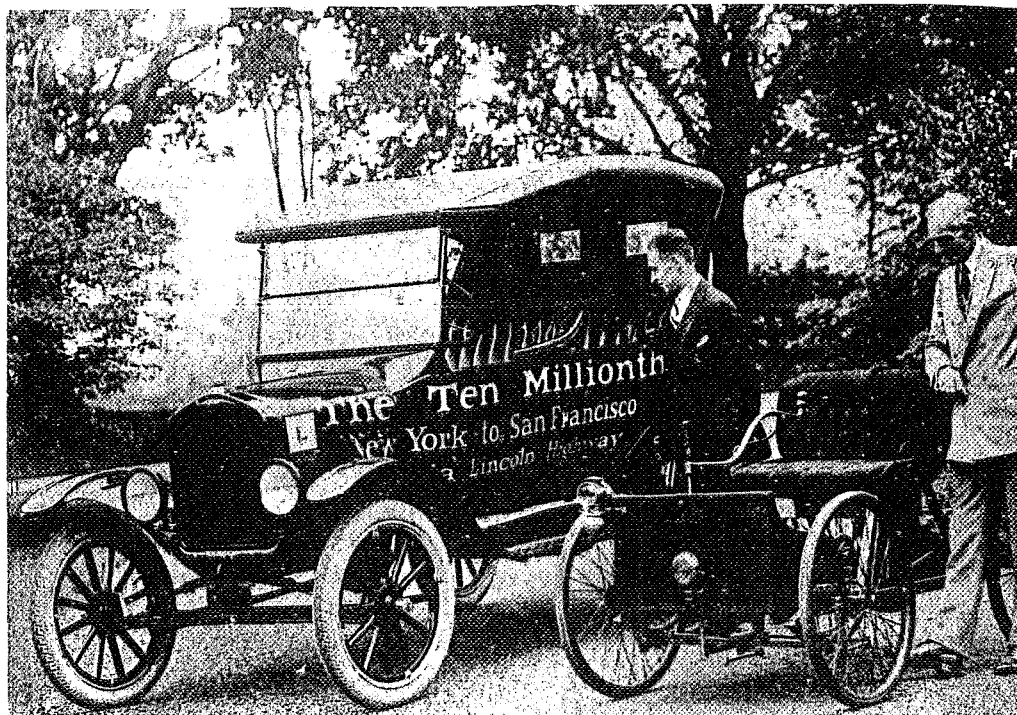
Die »gläubigen Konsumenten« wollte Danco sein Bild nennen, bevor er sich für den Titel »Camping« entschloß. Das Paar wendet der Natur den Rücken zu, um stattdessen fernzusehen wie sonst zu Hause auch

eifrigen Bemühungen von Pädagogen, technische Innovationen pädagogisch zu bearbeiten, eine Film-, Fernseh-, Video-Pädagogik zu entwickeln. Das ist Erziehung als Reaktion auf technische Neuerungen.

Zunächst wurde auf das pädagogische Muster des Bewahrens zurückgegriffen. Das änderte sich dann in den 70er Jahren mit der Hoffnung, über Video aus dem schulischen und sozialpädagogischen Einerlei zu entkommen; Schule bunter, lebendiger zu gestalten. Geld wurde beschafft, um die neueste Videotechnik für Schulen, Bildungszentren, Jugendzentren und Hochschulen zu kaufen – eine kulturhistorische Dummheit besonderen Ausmaßes! Da pädagogisches Engagement und pädagogischer Sachverstand mit, die elektronische Bildspeicherung und Wiedergabe alltäglich und selbstverständlich werden zu lassen.

»Großartige« oder »naive« Theorien bringen uns nicht weiter; die Reaktion auf technische Neuerungen verstrickt uns immer mehr in die Dinge, die uns Angst machen. Warum nicht die reflektierenden und distanzierenden Chancen von Wissenschaft mit dem Ziel nutzen, den Alltag zu beobachten und neu zu interpretieren? Gerade dann, wenn man vom Reagieren wegkommen will, liegt es nahe, den Blick zurückzuwenden und sich die historische Entwicklung des Alltags anzuschauen.

Entwicklung heute heißt Technologisierung. Sie setzte bei der Arbeit an, begrüßt die Art und Weise sich fortzubewegen, erfaßte – als Folge räumlicher Begrenzung die Kommunikation. Die Eisenbahn war der erste Schritt der Technologisierung von Mobilität und damit auch der erste entscheidende Schritt zur Technologisierung von Kom-



munikation mit dem Telegraphen und seinem Sender-Empfänger-Schema, das die Eisenbahn als Informations- und Steuerungssystem brauchte. Von hier aus beginnt eine Entwicklung mit vielen Verwirrungen. Im sichtbaren Mittelpunkt stehen Auto und Fernseher. Das

Spätestens mit der Auslieferung des zehnmillionsten Fords der Serie T im Jahr 1924 und der Grundsteinlegung des größten Kraftwagenwerkes der Welt bei Fallersleben im Jahre 1938 wurde das Auto zum Massenprodukt



Fernsehen ist dabei ein wesentlicher Schritt bei der Technologisierung von Kommunikation als der »logischen« Fortführung von Mobilität.

Welches Erbe greift das Auto auf? Welches gibt es weiter? Das Auto steht nicht in der Erbfolge der Eisenbahn, ist kein öffentliches Transportmittel. Es beginnt vielmehr als aristokratisches oder großbürgerliches Sportmittel: Der Herrenreiter als Autosportsmann, der dann auch die ersten großen Autorennen fährt; das Auto als motorisierte Kutsche, das die aristokratische Gewohnheit des selbstbestimmten Fahrens oder Reitens mit Kutsche oder Pferd weiterträgt. So ist Autofahren »Vergnügen für Reiche«, der Autofahrer wird »Herr über Raum und Zeit« (Sachs 1984, S. 11ff.). Frühe Werbebilder oder Autodarstellungen zei-

gen diesen sportlich-elitären Zusammenhang selbstbestimmten Individualverkehrs.

Das Auto wird damit zum Träger und zum Vehikel der Idee von Freiheit und Wohlstand, die nun das gesellschaftliche Muster für Mobilität, den Individualverkehr, abgibt: das Auto als Erbe aristokratischen Fahrens und Reitens. Individualverkehr heißt, das eigene Fahrzeug kaufen, es warten, Treibstoff beschaffen und bezahlen, das selbstgewählte Ziel im selbstgewählten Tempo zur selbstgewählten Zeit mit den selbstgewählten Beifahrern ansteuern: Das Auto gehört mir. Ich bestimme, mit wem, wann und wohin ich fahre.

Das aristokratische Kulturerbe der Individualisierung ist über das Auto in den Bereich technisch organisierter Kommunikation gelangt. Vom Auto läuft eine verschlungene

kulturelle Entwicklungslinie erst zum Radio und dann zum Fernsehen.

Das feudale Erbe individueller Automobilität verbindet sich mit Fords Idee des Autos als Massenobjekt, das noch vor dem 1. Weltkrieg (1913) mit Fließbändern produziert wurde. Diese Massenherstellung (bis 1927 15 Millionen Stück des Ford-Modells T) brauchte Massenkonsum, das heißt Massenmotorisierung. Das Auto als Konsumobjekt ist anfänglich ein Versprechen auf und dann die Teilhabe am Wohlstand. In Deutschland greifen die Nationalsozialisten diese Entwicklung mit der Autobahn und dem Volkswagen als Wohlstandsversprechen für alle Volksgenossen auf. Es muß ein gewaltiges Versprechen gewesen sein, aus dem Luxus- und Feudalobjekt Auto das Massenobjekt VW zu machen!

Das Fernsehen als technisches Instrumentarium konnte sich durchsetzen, weil es sich in den Spurrinnen des Autos bewegt: Das Fernsehen verspricht konsumtive Teilhabe an einer Welt, deren Ausschnitte sich an mir vorbei bewegen; konsumtive Teilhabe am Leben, das als Abenteuer, als Show, als Politik, als Sport oder als Sex an mir vorbeizieht.

Im Gegensatz zu den Nazis, die den VW nur als Wohlstands- oder Freiheits-Bild in die Zukunft nach dem Krieg projizierten, hat die Bundesrepublik das Wohlstands- und Freiheits-Versprechen eingelöst. Das Fernsehen dagegen bleibt immer nur Versprechen auf Teilhabe, kann nie in die historische Phase treten, dieses Versprechen einzulösen. Mehr als die Teilhabe an der Fernseh-Gemeinde ist unmöglich. Der »Bericht aus

Bonn« wird nie zum politischen Handeln einladen! Der Widerspruch ist aber so schwer erlebbar, weil die Konsum-Spur des Autos eben den Konsum statt Teilhabe an der gesellschaftlichen Welt hat selbstverständlich werden lassen.

Unverzichtbar mit dem Konsum verknüpft sind Standardisierung und Egalisierung. In der Geschichte des Autos hat es bis zu Ford und VW gedauert, bis es hierfür stand. Für die Nobel-Phase des Autos war das unwichtig, wenn nicht gar hinderlich. Für das Fernsehen dagegen ist die Standardisierung und Egalisierung von Anfang an grundlegend notwendig; es war nie ein Oberschichtphänomen.

Das Auto wurde, völlig selbstverständlich, auch zum »Entwicklungsmotor« eines Systems individueller Mobilität, wobei der Aufbau eines Straßen- und Tankstellennetzes wichtige Entwicklungsschritte waren. Zu diesem Netz gehört auch die nicht sofort erkennbare Infrastruktur, von der Polizei bis zur Ölindustrie, vom Unfallkrankenhaus bis zur Ingenieurwissenschaft, von der Werbeindustrie bis zum Verkehrsrundfunk, von Verkehrserziehung bis zur Sportveranstaltung. Dieses Netz durchzieht, erschließt und erfaßt alle Lebensbereiche und alle Lebensfunktionen, bringt sie automobiler zusammen (»Essen auf Rädern« für alte Leute, Hörer zur Volkshochschule). Dieses System entstand nicht gezielt, vielmehr auf Umwegen mit »Fehlentwicklungen« (Ölembargos, Ölschwemme), wobei ökonomische Expansion und Rationalität, die Dynamik staatlicher Selbstdarstellung und Legitimation (spannend dargestellt bei Stommer u.a.: »Reichsautobahn, Pyramiden des Dritten Reichs«) zusammen kommen. Das System Verbrennungs-

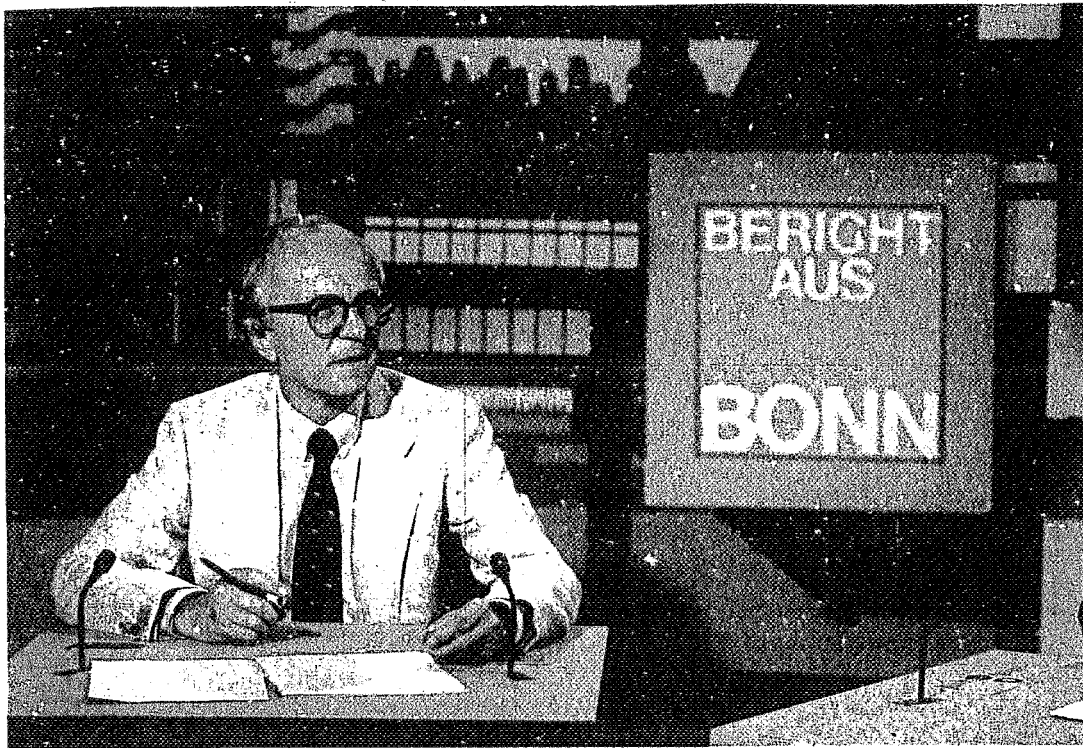
Geschmeidig
und lautlos,
ausdauernd
und zähe,
unplötzlich,
unerhörter,
Kraftentfaltung
fähig



MERCEDES-BENZ

motor, Individualverkehr, Straßen, Autoindustrie, Mineralölwirtschaft, Bauwirtschaft, Werbung, Design, Ingenieurwissenschaft, Verkehrsrundfunk, Polizei und Verwaltung hat nicht nur alle unsere Lebensbereiche

Das Fernsehen läßt das Leben als Show, als Politik, als Sport, als Sex am Betrachter vorbeiziehen. Mit Kraft und Stärke warben deutsche Automobilhersteller bereits im Jahre 1928



durchdrungen; es ist innerhalb von nur zwei Jahrzehnten zu unserem Leben geworden. So ist die Kinderwelt selbstverständlich eine Autowelt, von Straßen eingezirkelt, mit weit entfernten Orten: Schule per Auto, Sport per Auto, Konsum per Auto, zum Kindergeburtstag per Auto, in den Wald per Auto. Dieses System ist sehr stabil. Fehlentwicklungen wie Unfälle, Naturzerstörung, Abhängigkeiten, riesige Kosten führen nur zu unbedeutenden Abweichungen und Anpassung: Verkehrserziehung im Kindergarten, Verkehrsberuhigung im Wohnviertel, Sicherheitssitze für Kinder. Nur an einer Stelle muß sich bei diesem System etwas Grundlegendes ändern: beim Auto, das seine Mobilitätsfunktion langfristig nicht mehr erfüllen kann. Verkehrsstaus und ein nicht mehr ausweithares Straßennetz sind die erkennbaren Zeichen dafür. Dann braucht das System individueller Mobilität einen neuen »Motor« und einen unerschöpfbaren und un-

beschränkbarer »Raum«.

Die Lösung ist der Informationstransport. Der Fernseher ist dazu der erste Schritt in Richtung eines Systems digitalisierten und vernetzten Informationstransports: per Bildschirm in die Natur, per Bildschirm ins Abenteuer, per Bildschirm zur Bildung. Das geht grenzenlos, und Grenzenlosigkeit sind wir gewohnt, nicht zuletzt durch das Auto als Inbegriff konsumierbaren Luxus für alle.

Das Auto als technische Erfindung, als Zentrum eines Wirtschaftssystems, als Ausdruck und Mittel staatlicher Ideologien und staatlichen Handelns – konnte nur Erfolg haben, weil es auf Menschen traf, die damit ihre Wünsche verwirklichten, die damit ihrem Alltag Sinn gaben, insbesondere durch die Teilhabe an aristokratischer Bewegungsfreiheit und an bürgerlichem Wohlstand. Dazu kam die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben des Konsums, an der öffentlichen Zurschaustellung der eigenen Potenz und Größe, verknüpft mit erotischen Wünschen und Allmacht- oder Größenphantasien.

Die Phantasien sind schon früh in Bildern und in der Werbung zu sehen. Deutlich sind die Sex- und Potenzphantasien, Phantasien von ewiger Größe und Triumph (Hitlers Denkmal, die Autobahn!), die Phantasien vom archaischen Kampf. So gibt das Auto, technisch vermittelt, riesige Kräfte, welche die archaischen Kampfphantasien neben die Wirklichkeit stellen; die Grenze zwischen Realität und Phantasie verwischt. Das Leben ist wieder der sinnliche Kampf ums Überleben, um Stärke und Schläue, um Weib und Kind, mit dem gepanzerten Blech der Ritter und mit gigantischer Pferdestärke.

Das Auto stört mittlerweile

jedoch die eigene Erbschaft; es ist erlebbar disfunktional geworden, desintegrierend, den zivilisatorischen Entwicklungsprozeß begrenzend. Damit dieser auto-immanente Widerspruch die System-Rationalität nicht gefährdet, hat ein anderes alltägliches Objekt – das Fernsehen – wesentliche Teile des Auto-Erbes übernommen, insbesondere bei der Individualisierung und beim Massenkonsum.

Das Fernsehen entspricht dabei noch dem Auto auf winkligen Landstraßen, die man da und dort begradigt hat, mit Tankstellen, die von Handwerkern nebenbei betrieben werden. Fernsehen ist nur Übergangsstadium hin zu vernetzten computergesteuerten Informationssystemen, die aber den Bildschirm mit den überschäumenden Vergnügungs-/Abenteuer-/Erotik-/Gewalt-/Größenphantasien keinesfalls fallen lassen werden, die jedoch deutlich individualisierter, konsumtiver, egalitärer und (in digitaler und vernetzter Form) steuer- und kontrollierbarer sein werden.

Diese Entwicklung zeichnet sich mit der informationstechnologischen Integration aller Lebensbereiche (Stichwort »high tech«) und mit einem Rüstungsschwerpunkt (Stichwort »SDI«) ab. Die Verbindung von Daimler (Auto), AEG (Elektro, Information) und Dornier (Luftfahrt) sind erkennbare organisatorische Voraussetzungen. Wir tragen mit unserer alltäglichen und schriftlichen Einbindung in das Medien-Netz-Computer-System zum Gelingen bei.

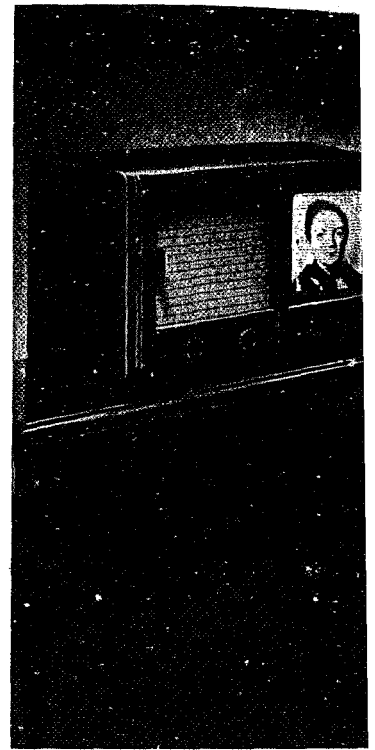
Die Funktion, Lebenszonen zu verbinden – mobil mittels Auto und informativ mittels Fernsehen – ist klar. Darüber hinaus haben zuerst das Auto, dann das Fernsehen gesellschaftliche Integration ermöglicht. Die *gesellschaftli-*

che Teilhabe per Auto begannen die Nationalsozialisten mit der Ankündigung des VW-Käfers. Mit dem VW bekam die Vorstellung von der Volksgemeinschaft des arischen Blutes ein erfahrbares und auch erwerbbares Objekt und Ziel hinzu. Die Gleichartigkeit des VW's trug damit auch zur *Gleichschaltung* bei. Der dann in der Bundesrepublik vorhandene VW war ebenfalls einigend, war wichtig für die gesellschaftliche Stabilität dieses zusammengewürfelten Gemeinwesens.

Aus dem Volk von Autofahrern wurde wenige Jahre später zusätzlich ein Volk von Fernsehern. Dies nicht zuletzt als Folge der durch das Auto vorangetriebene »Zonung des Lebens«. Erlebbar ist diese Integration in der Familie, die sich im Halbrund vor dem

Fernseher versammelt, auch wenn den Tag über jeder sein eigenes abgetrenntes Leben geführt hat; die Kinder von der Arbeit des Vaters keine Ahnung mehr haben und der Vater nichts mehr von dem Schulalltag seiner Kinder weiß. So bietet Fernsehen in der und für die Familie einen *gemeinsamen Erfahrungsrahmen* und *gemeinsame Phantasien*. Aus dem Wohnzimmer geht es dann hinaus ins Auto für die gemeinsame Fahrt in den Urlaub und in die Natur.

Das Auto ist immer noch Schlüssel zur Welt; zum Sport, in die Ferien, also raus aus der Stadt, raus aus der Familienroutine; dazu muß das Auto rollen. Aber die Einschränkung, die Kontrollen, das organisierte Erleben, der Sicherheitsgurt, fahren mit. Das Fernsehen bringt heute dagegen das große Leben, die weite Welt, das Abenteuer ins Wohnzimmer, mit immer mehr Sendungen des Typs Peter Stuyvesant und Camel. So widersinnig diese Öffnung zur Welt aus heutiger Sicht scheint, so war sie für die Generation unserer Eltern oder Großeltern sehr wichtig. Mit dem Auto gelangten sie aus der Beschränkung in den Wohlstand und aus den engen, begrenzenden, kontrollierenden dörflichen Strukturen. Das Versprechen auf ein freies und ungebundenes Leben gab schon der Autobahnbau der 30er Jahre, das dann in die Barbarei der Feldzüge mündet. Es schloß sich der Aufbruch in den reinen technischen Fortschritt und in die unbegrenzte Freiheit des Konsums der 50er und 60er Jahre an. In der Bundesrepublik half dabei der Bulldozer, der alle Heimeligkeit, Geborgenheit, Nähe wegplanierte und Platz für ungebremste Fahrt schuf. Die Heimeligkeit, die Nähe hat uns das Fernsehen mit dem Familienhalb-



kreis vor dem Fernsehapparat bewahrt. Aus dieser vertrauten Wohnzimmergeborgenheit geht der Blick ins Abenteuer, in die große Weite Welt, und ganz entscheidend für das Fernsehen bis in die 70er Jahre, in die politische Öffentlichkeit.

Das Auto verliert als Massenfortbewegungsmittel immer mehr seine Öffnungsfunktion, weil Kontrolle und Beschränkung zunehmen. Die Öffnung hat deshalb nur noch kommunikativ-informationstechnologisch eine Chance. Die informationstechnologische Öffnung kann nicht noch mehr Teilhabe an der Weiten Welt heißen; das haben Auto und Fernsehen schon gebracht. Für die öffentliche Wahrnehmung ist jetzt die Grenzüberschreitung wichtig. Allerdings ist Grenzüberschreitung nichts Neues. Seit der Einführung des Fernsehens stehen Tabuverletzungen, insbesondere durch Gewaltdarstellungen im Vordergrund: »Macht Fernsehen gewalttätig?« war die Frage, die die Fernsehgeschichte beglei-

Literatur

Elias, Norbert: Über den Prozeß der Zivilisation. Frankfurt/M. 1979

Petsch, Joachim: Geschichte des Auto-Design, Köln 1982

Polster, Bernd: Tankstellen. Die Benzingeschichte, Berlin 1982
Sachs, Wolfgang: Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche, Reinbek 1984.

Schivelbusch, Wolfgang: Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert, Frankfurt 1979

Stommer, Rainer (Hrsg.): Reichsautobahn – Pyramiden des Dritten Reiches. Marburg 1982

Zeller, Reimar: Automobil. Das magische Objekt in der Kunst, Frankfurt 1985



tet hat. Ein Videoclip, ein Song, bei dem es um einen Sexualmord geht, Falcos »Jenny«, und Gewaltdarstellungen in der ZDF-Serie »Schwarzwaldklinik« zeigen den Trend, indem sie die Grenze und deren Überschreitung in der öffentlichen Diskussion markieren. Ausufernde Gewaltdarstellungen unterschiedlichen Inhalts sind so etwas wie Markenzeichen von Filmen im Kontext Neuer Medien. Gerade Jugendmedien wie Video-Kassetten und Video-Clips (der Video-Clip verbindet Videokassette, Schallplatte und Fernsehen) provozieren viel öffentliche Aufregung um Gewaltdarstellungen. Vermutlich werden damit auch Marktanteile erkämpft. Aber das kann nicht alles sein; Resonanz und Akzeptanz bei Jugendlichen machen die Tabuüberschreitung erst spannend. Über die Akzeptanz brutaler Gewaltdarstellungen bei Jugendlichen wird viel spekuliert. Tabubrechende Videoclips oder ähnliches tragen vermutlich ein Versprechen auf das eigene Leben mit sich, weil sie auf den Tabugrenzen der Eltern-Lehrer-Generation »herumtrampeln«. Vielleicht geht es den Jugendlichen darum, aus der Enge des Generationszusammenhangs herauszukommen. Erinnern wir uns: Mit dem Auto ließ es sich seinerzeit aus der kleinlich-provinziellen Enge des Dorfes davonfahren.

Auto und Fernsehen bündeln wirt verlaufende Entwicklungslinien zu Kanälen der Gleichartigkeit, der Kontrolle und der Entsinnlichung (Elias hat diese Entwicklung beschrieben). Soviel Konsum und Individualität machten es leicht, Gleichartigkeit zu wollen, sich in engen Zonen beaufsichtigen zu lassen und nur noch zuzuschauen und zuzuhören. Das Leben findet zunehmend mehr beaufsichtigt

und beschränkt statt: Abenteuerspielplatz mit Sozialpädagogen, Sportvereine mit pädagogischen Leitern, Kinder angeschnallt im Kindersitz oder gefesselt vom Fernsehen vor dem Bildschirm. Unsere Kinder leben ohne äußere Not: im Sicherheitssitz, der Kassettenrekorder läuft, die Welt rast am Autofenster vorbei. Auch außerhalb des Autos gelten diese Beziehungen, zum Beispiel im abgegrenzten Spielplatz mit Spielhaus und Medienarbeit. Vielfältige kindliche Spiele und Phantasien sind in den Freizeitbereich angeleitet und durch Fernsehen vereinheitlicht.

Abgrenzung, Eingrenzung, Egalisierung, Kontrolle, Zentralisierung, Betreuung und Konsum sind eine klebrige Allianz eingegangen. Das Kindererleben ist eng, langweilig, beaufsichtigt. Zum Ausgleich gibt es mehr und teurere Ausstattung, tabuüberschreitende Medien, mehr Betreuung durch besser ausgebildete Fachleute, mehr Konsum, mehr Bildschirm. Vor dem Bildschirm sitzen sie dann – völlig freiwillig – regungslos, wie angeschnallt. Wie im Auto rast die Welt an ihnen vorbei, untermalt mit viel Musik. Die inszenierte Welt, gefesselt mit Auge und Ohr erlebt, eilends durchfahren, um zu einem attraktiven Ziel zu gelangen, das ist der Sozialisationsmechanismus von Auto und Fernsehen. Für's Auto müssen die Kinder noch »zugerichtet« werden, durch Verkehrserziehung oder durch die Gurte im Kindersitz. Das Dauer-Amüsement des Fernsehens wollen sie von selbst. Körper, Körpergefühl und Körpererleben verschwinden bis auf Augen und Ohren; Augen und Ohren werden zu Eingangsöffnungen ausschweifender, konsumierbarer Phantasien.

Ben Bachmair



Gebannt sitzen die Erwachsenen (hier ein Foto aus den 50er Jahren) vor dem Fernseher. Gefesselt im Auto-Kindersitz rauscht an Jungen und Mädchen die Welt vorbei