

Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.)

**Kinderfernsehen und
Fernsehforschung in Japan
und der Bundesrepublik
Deutschland**

DJI Materialien

Das Deutsche Jugendinstitut e. V. (DJI) ist ein zentrales sozialwissenschaftliches Forschungsinstitut auf Bundesebene mit den Abteilungen Jugendhilfe, Jugend und Arbeit, Jugend und Politik, Mädchen- und Frauenforschung, Familie/Familienpolitik, Vorschulerziehung, Medien und neue Informationstechnologien, Sozialberichterstattung sowie Dokumentation. Es führt sowohl eigene Forschungsvorhaben als auch Auftragsforschungsprojekte durch. Die Finanzierung erfolgt überwiegend aus Mitteln des Bundesministeriums für Jugend, Familie, Frauen und Gesundheit und im Rahmen von Projektförderung aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft. Weitere Zuwendungen erhält das DJI von den Bundesländern und Institutionen der Wissenschaftsförderung.

Der vorliegende Tagungsreader entstand im Rahmen des Projektes „Medienerfahrungen von Kindern — Ansätze für medienpädagogische Hilfen in Kindergarten und Familie“, das durch den Bundesminister für Bildung und Wissenschaft (BMBW) gefördert wird.

Die Beiträge liegen in der Verantwortung der Autoren.

Alleinauslieferung: Juventa Verlag, Weinheim und München

© 1989 DJI Verlag Deutsches Jugendinstitut, München

Titelfoto: Otto Schweitzer, Frankfurt

Satz: typo spezial Ingrid Geithner, Erding

Druck: MaroDruck, Augsburg

Printed in Germany

ISBN 3-87966-319-X

Inhalt

Vorwort	5
Einleitung	
Von <i>Christine Feil</i> und <i>Maria Furtner-Kallmünzer</i>	7
<i>Donata Elschenbroich</i> : Kinderkultur in Japan und Deutschland. Thesen zur Einführung	13
<i>Sachiko Imaizumi Kodaira</i> : Kinderfernsehen und Medienforschung in Japan: Historischer Überblick und gegenwärtige Tendenzen	29
<i>Hans-Dieter Kübler</i> : Geheimer Miterzieher, Fernsehvor- schule, gewöhnlicher Zeitvertreib. Konjunkturen der bundesdeutschen Kinder-Fernsehforschung unter bil- dungspolitischen Aspekten	59
<i>Claudia Weber</i> : Traditionelle Rollen und Wandel der Familienstrukturen in Japan	91
<i>Irene Hardach-Pinke</i> : Erziehungskonzepte in deutsch- japanischen Familien: Ergebnisse einer empirischen Untersuchung	107
<i>Yoshiaki Yamamura</i> : Fernsehen und die Rolle des Vaters in der Familienkommunikation	117
<i>Stefan Aufenanger</i> : Zur Rezeptionssituation von Zeichen- trickfilmen aus japanischer Produktion für Kinder in der Bundesrepublik Deutschland	129
<i>James D. Halloran</i> : Statement zu Forschungsperspektiven ..	145
<i>André H. Caron</i> : Statement zur Forschungslage	161
<i>Ben Bachmair</i> : Entwicklungslinien für Kindheit — Argu- mente zur kulturspezifischen Entstehung medienvermit- telter Lebensformen	165
Nachwort	
Von <i>Christine Feil</i> und <i>Maria Furtner-Kallmünzer</i>	185
Anhang: Anschriften der Autoren	189

Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.):
Kinderfernsehen und Fernsehforschung
in Japan und der Bundesrepublik Deutschland,
München 1989 (Juventa), S. 165- 183

Ben Bachmair

**Entwicklungslinien für Kindheit –
Argumente zur
kulturspezifischen Entstehung
medienvermittelter Lebensformen**

1. Verhältnis zur Welt: Kontinuität der Verfügbarkeit	167
2. Übertragung der Prinzipien von Mobilität auf Kommunikation	171
3. Medienförmigkeit	176
4. Schlußbemerkung zur kulturspezifischen Einordnung von Medienforschung und Medienpädagogik	181

1. Verhältnis zur Welt: Kontinuität der Verfügbarkeit

1.1 *Das Szenario der Fernsehwelt*

Angenommen, die Explosion des Kernreaktors von Tschernobyl hätte das betonierete Fundament des Reaktors zerstört und die darunter befindliche Erde, Steine usw. per radioaktivem Staub auf unsere Häuser, Straßen, Wiesen geblasen — dann säßen unsere Kinder heute in isolierten Wohnungen mit Luftschleusen statt Fenstern zur Welt: zappelnde Kinder tagaus tagein vor der Fernsehgroßleinwand. Sie säßen nahezu immer davor, um etwas von „draußen“ und „früher“ zu erfahren, um zu lernen, um sich abzulenken, um per BTX mit Institutionen zu kommunizieren, um eine Projektionsfläche für Energie und Aggression zu haben, um sich emotional aufzuladen und abzureagieren. Immer wäre der lebensnotwendige Bildschirm da, einzig und allein.

Dieses Szenario des abgekapselten Überlebens in einer zerstörten Lebenswelt denkt Fernsehen als Klammer zwischen Innen und Außen, formaler formuliert, als Klammer zwischen Subjekt und Realität. Fernsehen läßt wegen seiner symbolischen Natur auch dann noch die Unterscheidung von Innen und Außen zu, wenn die uns vertraute Lebenswelt als Realität verschwindet. Es ist also eine Eigenschaft des Fernsehens, dem Subjekt eine Außenbeziehung und gleichzeitig auch eine Realität anzubieten. Diese „symbolische“ Klammer bestätigt uns — trotz äußerster Bedrohung, daß die uns gewohnte Lebensweise, sich nach draußen zu verhalten, doch noch, wenn auch fernsehtypisch, als Form der Subjekt-Realität-Beziehung möglich bleibt.

1.2 *Metaphern vom destruktiven Fernsehen*

Dieses Szenario vom lebensnotwendigen Fernsehen, das immer eine Innen-Außen-Beziehung ermöglicht, unterscheidet sich deutlich von Szenarien oder Metaphern, die Fernsehen als Bedrohung sehen; insbesondere als Bedrohung der Beziehung von Subjekt und Realität. Fernsehen ist dabei als Inbegriff der Massenkommunikation gedacht und hat in vielen Diskussionen die Funktion des kulturellen Bösewichts bekommen. (SÜLZER 1979, S. 435 f. hat z. B.

darauf hingewiesen). Dieser Fernseh-Bösewicht macht aggressiv, zappelig, oberflächlich usw. POSTMAN (1983) hat mit seiner kulturhistorischen Analyse zum Zusammenhang von Massenkommunikation und Biographie ein gern und oft verwendetes Bild geliefert: Fernsehen als Anfang vom Ende der Kindheit. Fernsehen wird hier als destruktive Ursache grundlegender und bedrohlicher kultureller Veränderung beschrieben. Auch v. HENTIGs Bild vom Verschwinden der Realität (1981²) verweist auf die grundlegende Gefährdung der Subjekt-Realitäts-Beziehung. Diese Gefahr wird, wenn auch nicht in solch kosmologischer Dimension, schon lange formuliert. Da gibt es z. B. das Bild von der Erfahrung oder dem Leben aus zweiter Hand der heutigen Fernseh-Kinder. Aktueller ist, von gestuften Welten zu reden, in denen Kinder aufwachsen: Die erste Welt der unmittelbaren Erfahrungen, die zweite, die Fernsehwelt oder sogar die dritte Welt, die sich selber zitierende Fernsehwelt.

Der *theoretische Gehalt der Metaphern* beinhaltet zwei Typen von Aussagen: Fernsehen und Massenkommunikation gefährden zusammen mit anderen grundlegenden Umwälzungen in der Lebenswelt die uns bekannte und vertraute Subjekt-Realitäts-Beziehung. Fernsehen und Massenkommunikation halten diese Beziehung von Subjekt und Realität in ihrer symbolischen Qualität aufrecht. Fernsehen hält also die subjektiv handelnde Beziehung der Menschen zu ihrer Welt aufrecht, wenn auch nur symbolisch. Die Kontinuität basiert auf der technologischen Beziehung der Menschen zur Welt, die für unsere Kultur charakteristisch ist.

Fernsehen bzw. Massenkommunikation ist die kommunikative Fortsetzung einer für unsere Kultur typischen und konstitutiven Verfügbarkeitsbeziehung von Subjekt zur Realität: Von der konsumtiven oder produktiv dinglichen Verfügbarkeit über die Welt (als Realität außerhalb des Subjektes) geht der nächste Entwicklungsschritt zur konsumtiven oder symbolischen Verfügbarkeit über die Welt, über eine Welt, die im Sinne Günther ANDERS (1987⁴), den Charakter von Phantom und Matrize angenommen hat.

Worauf hier theoretisch mit dem Stichwort der symbolischen Verfügbarkeit hingewiesen wird, erleben wir als etwas Bedrohliches, das durchs Fernsehen in Gang gesetzt oder beschleunigt wur-

de. Dieses Erschrecken darüber, was Fernsehen und andere Medien mit den Erfahrungen und der Kommunikation unserer Kinder machen, ist hilfreich, um uns, als die für die Lebenswelt der Kinder Verantwortlichen, sensibel zu machen. Als Erklärungsmodell ist es jedoch untauglich, weil die langfristige kulturhistorische Kontinuität all dessen, woran wir uns in unserer Geschichte der „technologischen“ Beziehung zur Welt gewöhnt haben, aus dem Blick gerät. Denn dann sehen wir nicht mehr die Mechanismen hin zum „konstitutiven“, d. h. lebensnotwendigen Fernsehen, also die Mechanismen hin zum einleitenden Szenario der Lebenswelt als Fernsehwelt.

1.3 Entwicklungsdynamik der Kindheit

Die Dynamik der Technologisierung von Kommunikation als kulturelle Entwicklungslinie läßt sich schon heute am Fernsehen und der damit einhergehenden Veränderung der Beziehung von Subjekt und Realität erkennen. Was bedeutet das für „Kindheit“? Denkt man bei „Kindheit“ zuerst an die biographische Lebensphase, so werden Erfahrungen, Emotionen, Handeln, Beziehungen der Kinder in die Dynamik der Technologisierung eingepaßt. Die Kommunikation der Kinder gerät in den Sog der Technologisierung.

Technologisierung von Kommunikation ist eine notwendige Phase in der allgemeinen Entwicklungsdynamik der Technologisierung von Lebensfunktionen und Lebensbereichen. Diese Notwendigkeit ergibt sich aus der allgemeinen Dynamik der Technologisierung. So geht die Technologisierung der Arbeit, der Mobilität, der Ernährung usw. in die der Kommunikation über, weil sie in einem Höchstmaß unbegrenzte Verfügbarkeit zuläßt. So wie wir uns heute die computergesteuerte Information denken und auch schon organisiert haben, überschreitet diese alle unsere Vorstellungen von Begrenzung. Für Kindheit heißt das aber, daß das Verhältnis von Subjekt und Realität als Innen-Außen-Beziehung von Erfahrung, Lernen, Wahrnehmung, Erleben, Verarbeiten, Vorwegnehmen, Ausprobieren, Phantasieren usw. funktional geprägt sein wird. Nichts ist dabei grundlegend neu; neu sind nur die Folgen für Kommunikation, die sich unmittelbar auf die Art und Weise auswirken, wie Kinder in der Welt sind.

Öffentlich wurde dieser kulturhistorische Zusammenhang nur mit POSTMANS These vom Ende der Kindheit diskutiert: Wenn mit dem Buch *Kindheit* zur speziellen Lebensphase wurde, in der alle Voraussetzungen, mit den Büchern umzugehen, gelernt wurden (das sind Argumente von ARIES 1978), dann verändert ein neuer Medien- und Kommunikationstyp Kindheit wesentlich. Das ist eine Schlußfolgerung, die McLUHANS Argument nahelegt, Medien seien keine neutralen Informationsvehikel, sondern vielmehr selber die kulturelle Botschaft. Ist nun dieser Trend, daß die Medien „Kindheit“ hervorrufen oder in neue Bahnen lenken bzw. strukturieren, prägen usw. schon die Dynamik, die Kindheit verändert? Schaut man sich HENGSTS (1985, 1981) Bestandsaufnahmen zur europäischen Kindheit an, dann zeigen sich erheblich komplexere Strukturen. Neben dem Ende der uns bekannten Kindheit („Tendenzen zur Liquidierung von Kindheit“, 1981, S. 11 ff.) und der konsumtiven Vermittlung von Erfahrung („Unterhaltung als Botschaft und Kauf als Erfahrung“, 1981, S. 73 ff.) sind Verrechtlichung und Intitutionalisierung, Therapeutisierung und Pädagogisierung („Labor-Kinder“, 1981, S. 9) besonders augenfällig. ELIAS (1979⁶) hat in Kategorien der Subjekt-Objekt-Beziehung einen wesentlichen Kern dieser Dynamik herausgestellt: Internalisierung von Kontrolle, die (ergänzt man sein Argument) eine stabilisierende Außenwelt u. a. als Fernseh-Welt braucht. Diese Argumente weisen auf einen wesentlichen Kernpunkt hin, nämlich auf Verfügbarkeit, die Kinder und Kindheit einschließt. Verfügbarkeit ist in ihrem Wesen eine Subjekt-Objekt-Beziehung der Verdinglichung, die in unserer Kultur den Charakter der Technologie hat. Für die folgenden Überlegungen ist nun die These maßgeblich, daß die Dynamik der Technologisierung die Kommunikation als Subjekt-Realitäts-Beziehung erfaßt und in diese Dynamik eingepaßt hat. Technologisierung der Kommunikation ist im Moment noch ein Teilbereich der Technologisierungsdynamik, der aber zunehmend mehr zentrale Funktion bekommt. Konkreter heißt das, Technologisierung hat zu einem Medien- und Konsumnetz geführt, dessen Leitmedium Fernsehen ist. Die Konsequenzen für Kindheit sind in den Metaphern und Argumenten von der „Erfahrung aus zweiter Hand“ (z. B. BAUER/HENGST 1980), der „Konsum-Kinder“ (PREUSS-LAUSITZ 1983) der „Droge im Wohnzimmer“ (WINN 1984), der „In-

fantilisierung statt Realitätsaufklärung“ (HOLZER 1975) usw. diskutiert worden. Da sich die Dynamik der Technologisierung jedoch zunehmend mehr „in“ Kommunikation als Hauptfeld verschiebt, werden *medienvermittelte Lebensformen* entstehen. Die Metapher hierzu: Fernseh-Welt als Lebenswelt (was das einleitende Szenario zu veranschaulichen versucht).

Wichtig zum Verständnis dieser Entwicklung ist, daß hier keine neuen Mechanismen am Werk sind, sich nur das entfaltet, was in unserer Kultur angelegt ist, indem die kulturellen Objektivationen wie Eisenbahn, Auto, Fernsehen die wesentlichen Strukturen und Funktionen im Alltag festgelegt haben. Diese Strukturen und Funktionen sind die Basis prognostischer Aussagen über Leitlinien für Kindheit. Hierzu werden im 2. Punkt die kulturell relevanten Strukturen von Auto und Fernsehen, im 3. Punkt die sich daraus ergebenden Strukturen der Medienförmigkeit skizziert.

2. Übertragung der Prinzipien von Mobilität auf Kommunikation

Fernsehen als Technologisierungsschritt von Kommunikation bezieht wesentliche kulturelle Vorbilder aus der Mobilitätstechnologie. Dies ist eine Entwicklung, die gerade von einer sich kulturunabhängig verstehenden Wirkungsforschung mit ihrem Informationstransportmodell (LASSWELL u. a. 1952, SHANNON/WEAVER 1949) benannt wurde.

Ein Entwicklungsschritt, der Kommunikation an die Mobilitäts-Logik gebunden hat (hier einfachheitshalber als Beginn der Anpassung von Kommunikation an Mobilität bezeichnet), war der Telegraph, der kalkulierbare, eindeutige Steuerungs- und Kontrollfunktionen für den Eisenbahnbetrieb ermöglichte und dabei die Zerlegung von Sprache und Sprechen in einen digitalen Zeichenvorrat und den Transport dieser Zeichen organisierte. (Zu den Details vgl. OBERLIESEN 1982, S. 98 ff.). Mit dieser erfolgreichen Übernahme der Transport-Logik war die Technologisierung — und damit der zweckrationalen Konstruktion von Kommunikation — die Tür aufgesperrt. Es brauchte weitere „Türöffner“ um zu der uns

uns heute per Fernsehen bekannten Massenkommunikation und zu ihren wesentlichen Elementen zu kommen: Dominanz der Medien in der Kommunikation; der Massencharakter von Kommunikation und die individuelle, konsumierende Verfügbarkeit über Medien; die emotionalen und fiktiv-phantasierenden Möglichkeiten der Medienrezeption; die Funktion der Massenkommunikation als integrierendes System. Es waren also kulturelle Objektivationen notwendig, die die Vertrautheit mit den uns heute quasi natürlich erscheinenden kulturellen und alltäglichen Formen medienvermittelter Kommunikation mit sich brachten. Sie sind im Technologie-Bereich der Mobilität zu finden. Das ist die Transportlogik des Telegraphen, die sich insbesondere mit den kulturellen Eigenschaften des Autos verbunden hat und die unserer modernen Massenkommunikation funktional zugrundeliegen. D. h. die notwendigen Alltagserfahrungen unserer Kultur mit dem Auto sind die Basis für die Entwicklung medienvermittelter und technologischer Massenkommunikation. Hierzu gibt es in sich wiederprüflich angelegte Entwicklungslinien.

2.1 Individualisierung und Massenkommunikation

Als erstes ist hier die merkwürdige Verbindung von Individualisierung und Massenkonsum bei unseren Medien, insbesondere bei der Fernsehnutzung, als kulturell allgemein zu identifizieren. Fernsehen funktioniert nach der Verknüpfung zweier Prinzipien, dem der Individualisierung und dem der Massenhaftigkeit. Verbindungsglied ist Konsum. Diese „konsumtive“ Verbindung von Individualisierung und Massenereignis ist uns verblüffenderweise selbstverständlich. Für Pädagogik ist bzw. war diese Verbindung wegen ihres Massencharakters ein Grund zum Mißtrauen; und zwar deshalb, weil der Widerspruch mit der als subjektiv autonom gedachten (man muß der Genauigkeit halber ergänzen: narzistisch gelebten) Individualität Schwierigkeiten machte bzw. macht. Es ist eine Schwierigkeit, die viel mit dem Ideal einer spartanischen Bescheidenheit zu tun hat und die in den historischen Erinnerungen noch sehr konkret ist. Die Großeltern- und Urgroßelterngeneration der heutigen Kinder kannte die Selbstverständlichkeit individuellen und prinzipiell für alle erreichbaren Konsums nicht. Ar-

mut, Beschränktheit, Eingegrenztheit, Rechtlosigkeit und Unterdrückung waren die entscheidenden Merkmale im Leben einer hierarchisch-ständisch organisierten Gesellschaft. Hunger, Armut, immer arbeiten zu müssen — bzw. das subjektive Erleben dazu — ist es, von dem auch heute noch die Alten ständig erzählen. Das Auto bricht dagegen der Verbindung von Individualität und Massenkonsum die Bahn, indem es die beiden Antagonisten zum Individualverkehr verbindet. Das Auto gibt dem zum Ende des 19. Jahrhunderts vorhandenen Bedarf nach feudaler und großbürgerlicher Autonomie selbstbestimmten Fahrens und Reitens das produzierbare Instrumentarium, das zugleich die Technologisierung der Fortbewegung fortschrieb¹ Die Mechanisierungsmöglichkeiten, die in der Fortbewegungsmaschine Auto lagen (vgl. dazu GIEDION 1987), hat FORD dazu genutzt, das Auto zum Massen- und Konsumartikel zu machen. Das führte zur freizügigen und selbstbestimmten Fortbewegung aller in *ihrer Welt*.² Dabei wurde die Verbindung von individueller, selbstbestimmter Freizügigkeit und Massenkonsum akzeptiert und internalisiert. Wie wichtig und selbstverständlich individuelle Mobilität ist, läßt sich an den Wünschen der Jugendlichen ablesen, doch endlich auch erwachsen zu sein und Führerschein und eigenes Auto zu haben. Von diesem Prinzip abzuweichen, sind wir alle nicht gewillt. Deshalb hatte auch ein nicht-individualisierend rezipierbares Medium wie der Kinofilm ab den 50er Jahren nur geringe Chancen und keine Chancen im Vergleich zum Fernsehen. Fernsehen hat sich deshalb zu einer völlig selbstverständlichen und nicht zu hinterfragenden Aktivität entwickelt, bei der man mit seinem selbstgekauften Instrumentarium individuell innerhalb eines öffentlichen Netzes konsumiert. Die konservative pädagogische Kritik hatte mit ihrer ständischen Interpretation von Bildung damals noch nicht die konsumtive Basis einer republikanisch verfaßten Gesellschaft akzeptiert; weshalb sie sich u. a. gegen den Massencharakter des Fernsehens wandte.

Jede kommunikationstechnologische Fortentwicklung wird dieser historisch widersprüchlichen Verbindung von Individualität und Massenhaftigkeit im Medienkonsum bzw. in der Rezeption oder Nutzung Rechnung tragen müssen. Dies läuft über den Mechanismus der Mediatisierung und dabei wieder über Miniaturisie-

rung, Standardisierung, Nutzerfreundlichkeit u.ä.m. Video und Personalcomputer sind ein Teil der entsprechenden gerätetechnischen Seite. Diese Entwicklung kann auf eine Kindergeneration rechnen, die dies quasi als Handlungsgrammatik beherrscht, eine Handlungsgrammatik, die kulturell objektiviert ist, im Auto, im Radio, im Fernsehen, im Kassettenrekorder, im Video . und dabei gesellschaftlich akzeptiert als republikanisch.

2.2 Systementwicklung und Phantasie

Diese „Handlungsgrammatik“ schließt ein weiteres „Widerspruchspaar“ ein, das auch durch die Auto- und Fernsehnutzung kulturell weitgehend akzeptiert wurde und ebenfalls in die Lebenspläne integriert ist.

Das Auto hat, aufbauend auf der für gut und nützlich empfundenen Verbindung von Individualisierung und Massenkonsum und in Verbindung mit einer Öffnungsfunktion (in die Welt hinaus, Freizügigkeit) und Integrationsfunktion (etwas gezielt und beliebig erreichen können), den Kern eines Systemdenkens gelegt. Wir erleben das System Auto in der Verbindung von Fahrzeug, Straßen, Tankstellen, Steuern, Polizei, Rettungsdienst, Rundfunk, Schulung, Tiefbau, Stahlindustrie usw. Das auf das Auto bezogene System ist von uns bis vor kurzem und bis auf wenige Mängelbereiche (Verkehrstote, Staus, Lärm, Gestank) emotional angenommen worden. Nachdenkliche Bilder wie z. B. Charly CHAPLINS Kritik des Maschinensystems der Produktion in „Moderne Zeiten“ (1936), das die Welt als autonome und zerstörerische Maschine zeigt, war beim Auto lange nicht anzutreffen — weil es „für uns“ funktionierte. Die Massenkommunikation hat jedoch lange nicht den Systemcharakter der „Automobilität“ erreicht. Sie ist erst im Stadium eines Medien- und Konsumnetzes (vgl. JENSEN/ROGGE 1980, HAASE 1981).

Lange waren Zeitung, Radio, Fernsehen, Schallplatte von einander isoliert. Erst die dem Straßen- und Schienennetz folgenden Kabel- und Satellitennetze bringen Fernsehen — jetzt in der allgemeinen Erscheinungsform des Bildschirms — in den Bereich des „Systems“, das vom Familienfernsehen und seinen Öffnungsversuchen wie BTX hin zu einem computergesteuerten Informationssystem reicht.

Die IBM-Werbung zum Personalcomputer, die sich CHAPLINS Figur bedient, war sich sicher nicht der radikalen Systemkritik bewußt, die diese Figur im Film „Moderne Zeiten“ ausdrückt. Sie ist sich aber mit Sicherheit der mit der Systementwicklung notwendigerweise einhergehenden Phantasien bewußt: CHAPLINS menschenfreundliche Figur subjektiv lebendiger „heiliger Einfalt“, die kindliche Unmittelbarkeit und Sinnlichkeit dieser Clowns-Figur sind emotional phantasierende Korrelate einer Systementwicklung. Sie haben sowohl domestizierende als auch öffnende Funktion.

So kompensiert das Auto körperliche Einengung — angegurtet hinter dem Steuer, minimale Bewegung mit den Händen am Steuer und mit dem Gas-Fuß — mit der Phantasie der Freizügigkeit, mit der Phantasie des Herrn über Raum und Zeit (SACHS 1984), immerwährenden Kampf und der allmächtigen Stärke. Autodesign (vgl. PETSCH 1982) und Werbung (vgl. SACHS 1984) objektivieren diese Phantasie. Es gibt jedoch noch eine Einheit von Phantasie und sinnlichem Erleben des Fahrens.

Beim Fernsehen taucht dagegen die Sinnlichkeit voll in den Bereich der Phantasie ein. Die für Individualität in einem System zentralen Lebensthemen der Abgrenzung (Wer bin ich — wie groß, wie klein, wie schön, wie häßlich . — in bezug auf andere?) und der Integration (symbiotische Verschmelzung) bekommen beim Fernsehen durch die realistische Filmdarstellung eine neue Qualität der Sinnlichkeit bzw. der Erfahrung, die ausschließlich fiktional ist und in ihrem Wesen auf der Phantasie basiert. Zu unserem Begriff der Erfahrung und Sinnlichkeit, der die direkte Beziehung eines Subjektes zu seiner „realen“ Lebenswelt mittels seiner Sinne meint, gibt es einen ärgerlichen Widerspruch. Er ist insbesondere an der Beziehung von Gewalt und Gewaltdarstellung abzulesen bzw. erlebbar. Die Dominanz exzessiv realistischer Gewaltdarstellungen in sich ausbreitenden Mediensystemen weist auf die Verbindung von Abgrenzungs- und Integrationsthemen mit extremer Emotionalisierung, d. h. auf starke „innere“ Aktivität bei gleichzeitiger äußerer Bewegungslosigkeit. Sinnlichkeit, im traditionellen Sinne der Beziehung von Subjekt und Realität gedacht, ist das nur noch insoweit, als Augen und Ohr, riesige Informationsmengen aufnehmen.

Das Mediensystem hat, im ELIASSchen Sinne, wichtige Zivilisa-

tionsfunktionen, indem es die Innen-Außen-Beziehung stützt: das in integrierte Systeme eingeflochtene Subjekt erhält eine medieninduzierte, auf der eigenen Phantasie basierende Phantasie-Welt, die die Innen-Außen-Beziehung von der Sinnlichkeit und Erfahrung weg in die medienförmige Verarbeitung von Lebensthemen verlagert.

Dieser Prozeß ist einerseits weit fortgeschritten, was sich eben an der individuellen Verfügbarkeit exzessiver, realistischer Video-Gewaltdarstellungen ablesen läßt, bei der Abgrenzungs- und Verschmelzungsthemen kein sinnliches Korrelat mehr haben.³

Es gibt jedoch noch sehr viele Bruchstellen zwischen Erfahrung und Phantasie, was gerade auch an den nach Gewalterfahrungen und Gewaltaktivitäten drängenden Jugendlichen festzustellen ist. Die internalisierte Phantasie-Aktivität in einem stützenden Medien- und Informationssystem ist also noch nicht erreicht. Trotzdem gibt es für Kindheit die Entwicklungslinie „System/Phantasie“, die das Verhältnis von Subjekt und Realität, von Erfahrung und Sinnlichkeit wegschiebt hin zur internalisierten Phantasie-Welt, in der die Lebensthemen Abgrenzung und Integration immerwährend aktiv phantasierend „innen“ bearbeitet werden, ohne daß dies in bzw. mit der sozialen Außenwelt geschieht.

3. Medienförmigkeit

Mit der Übertragung von mobilitätsadäquaten kulturellen Mustern auf Kommunikation ist ein Mechanismus in Gang gekommen, der Kommunikation medienförmig macht. Dabei ist Kommunikation im Sinne einer Beziehung von Subjekt und Realität sowohl als symbolische Darstellung der subjektiven Innenwelt, wie auch als symbolische Aneignung der Außen-Welt zu denken, die jetzt jedoch „medienförmig“ wird. Mit „Medienförmigkeit“ ist ein Anpassungsprozeß gemeint, der von den Medien ausgehend, Lebensthemen, Sprache, Realitätsbezug erfaßt und in die kommunikationstechnologische Entwicklungsdynamik integriert.

3.1 Medienförmigkeit von Lebensthemen

Daß Menschen, gleich welchen Alters, ihre Themen symbolisch bearbeiten ist ein Grundsachverhalt, der im Kontext von Symbolischem Interaktionismus oder von Psychoanalyse allenthalben wieder oder noch immer im wissenschaftlichen Bewußtsein ist.

Bei BETTELHEIMS Medientheorie (1977), am archaischen Medium Märchen entwickelt, läßt sich die Dynamik dieser symbolischen Bearbeitung von Themen exemplarisch studieren. Die Medien-symbolik dient Kindern zur Objektivation von Emotionen, Ängsten usw. zu kommunizierbaren Phantasiebildern. Die Massenkommunikation funktioniert entsprechend. Durch die Veränderung des Verhältnisses von Erleben und Phantasie bekommt die Mediensymbolik dabei jedoch Erlebnis- und Realitätsfunktion. Diese Funktion geht mit zunehmender Sinnlichkeit der Medien-symbolik einher, um die fiktionale Qualität des Medienerlebnisses zu kompensieren, die hinter der Intensität bislang zumindest zurückbleibt. Die individuelle Verfügbarkeit der Medienerlebnisse ergänzt die kompensatorische Funktion: „innen“ passiert um so mehr, als „außen“ ein intensives Medienerlebnis verfügbar ist. Der Medienmarkt bietet immer und genügend intensive Medienerlebnisse und emotionale Phantasieaktivitäten an. Die für unsere individualisierende Subjektkonstitution notwendige Beziehung von Abgrenzung und Integration wird dabei zu einer Medien/Phantasie-Beziehung. Dazu bringt der Medienmarkt — mit seiner konsequenten Ausnutzung der traditionellen Funktion der Trivialmedien (vgl. PLAUL 1983) — alles nur Denkbare an Heroischem, Gewalttätigem oder Sentimentalem. Da der Medienmarkt im Gegensatz z. B. zum Märchen nicht den generationsübergreifenden kulturellen Gestaltungsmechanismen unterliegt, wird das Symbolangebot der Medien zunehmend mehr zur überformenden Schablone.

Hierzu ein empirisch belegtes Beispiel (BACHMAIR 1984, S. 163 ff.). Ein neunjähriger Junge wird in seiner Grundschulklasse sozial isoliert. Es gelingt ihm, diese Isolation sprachlich zu formulieren. So erzählt er, wie Captain Future „eingegeist“ wurde. Diese sensible und genaue Darstellung seiner sozialen Situation geht jedoch sofort in Captain Futures Bedrohungs- und Kampft Themen

unter. Die Fernseh-Symbolik liefert nun die Themen quasi mit: Aus „Helft mir, ich bin einsam“, wird das Captain-Future-Schema und -thema „Ich kämpfe, weil ich bedroht bin“

3.2 Die Medienförmigkeit der Ausdrucks- und Gestaltungsmittel

Wir ahnen es tagtäglich, wenn wir die Hektik, das immerwährende Gerede, den Aktionismus der Kinder und Jugendlichen erleben, wie sie schnell alles erfassen und ebenso schnell, scheinbar unverdaut von sich geben, daß hier mehr „los“ ist als ein Generations- und Altersunterschied. Dazu ein Blick hinter die Fassade der Hektik und des oberflächlichen Aktionismus, um Hinweise auf beginnende Fernsehformigkeit kindlichen Spiels und kindlicher Sprache zu finden (vgl. BACHMAIR 1984, S. 174 ff., S. 95 ff. und 1988).

Ein neunjähriges Mädchen inszeniert während des Unterrichtsprojektes „Weltraumreise“ ein wirres Spiel von Bedrohung und Ausbrechen, bei dem die Bedrohung zunehmend eskaliert.

Sie sprudelt eine Fülle von Katastrophen-Bildern heraus, vom Planetenzusammenstoß über glühende Lavaseen, in die man hineinfallen könnte, bis zum bevorstehenden Weltuntergang als Katastrophenhöhepunkt. Sie unterstreicht diese Katastrophen durch ein Sprachgemisch von Sachzwängen (alle Arten des Müssens) und der Zeitnot (vom Countdown „4 — 3 — 2 — 1 — 0“ bis zur rasenden Eile von Sekunden bis zum Weltuntergang). Eine genaue Analyse ihrer Situation und ihrer Medienerfahrung zeigt, daß sie die Katastrophen- und Streß-Dramaturgie von Action-Fernsehserien, insbesondere von Captain Future, anwendet, wobei sie damit die aktiv quirligen Jungen ihrer Gruppe, deren Chef sie sein will, übertrumpft und an sich bindet.

Auf dem Weg hin zu solch einer Verbindung von dominanter Handlungs-dramaturgie und Action-Dramaturgie des Fernsehens gibt es unauffällige Gesprächsszenen, die gerade wegen ihrer Alltäglichkeit und Unauffälligkeit wirksam sind. So ergibt sich aus der beiläufigen Frage eines Mädchens an einen Jungen: „Hast Du 'nen Film geguckt am Samstag?“ ein kurzes Gespräch über Horrorfilme, über Mütter, die sich darüber ängstigen, und wie lächerlich das doch eigentlich sei, so der Einwurf eines weiteren Jungen, der einen Horrorfilm „Babyfilm“ nennt, weil er noch viel Schlimmeres, den Film der „Hexer“ gesehen hat.

Die für alle Kinder gleichermaßen verfügbaren Fernsehtitel und Rezeptionssituationen bilden dabei quasi das Vokabular für ein höchst komplexes Gespräch mit schwer durchschaubarer Dramaturgie: Zwei Kinder, ein Junge und ein Mädchen, versichern sich ihrer emotionalen Nähe, indem sie über das Thema „Angst haben dürfen“ verständigen, wobei sie sich von Filmtiteln und zugehörigen Rezeptionssituationen thematisch wie gruppenspezifisch, z. B. durch unsensibles Auftrumpfen, absetzen. All dies verkürzt sich auf eine armselige Sprache, die jedoch in Verbindung mit Fernseh- bzw. Rezeptionsbezügen komplexe Kommunikation und Auseinandersetzung ermöglicht. Man muß einschränken: Komplexe Kommunikation und Auseinandersetzung ist nur dann möglich, wenn alle Beteiligten den jeweiligen minimalen sprachlichen Formulierungen und Hinweisen mit Hilfe von Fernseh-Erfahrungen und Fernseh-Symbolik bzw. Fernseh-Dramaturgie Bedeutung zuschreiben können.

3.3 Medienförmigkeit der Beziehung von Realität und ihrer Darstellung

Günther ANDERS Metapher von der Fernseh-Welt als „Phantom und Matrize“ zeigt mit „Matrize“ auf die Medienförmigkeit von Lebensthemen und Sprache: Medien-Symbolik und Medien-Dramaturgie als Folien für unsere Beziehungen zu uns und zu unserer Welt, als Folien, die sich die Kinder ohne Lehren und Lernen, ohne Schule und professionalisierte Pädagogik aneignen. Es sind Folien, die nicht nur Handlungsdispositionen und damit unsere Beziehungsmöglichkeiten strukturieren, sondern darüber hinaus begonnen haben, unsere soziale Welt zu „machen“ Dieses „Machen“ heißt, daß wir mit unserer medienförmigen Umgestaltung unseres Realitätsbezugs auf dem Weg sind, die Welt ins Symbolische zu verschieben.

Auch diese Entwicklung befürchten wir in unserer alltäglichen Diskussion, z. B. wenn wir meinen, die Fernseh-Gewalt könne ins Leben eingreifen, Verrohung und Brutalisierung in Gang setzen oder beschleunigen. Wir diskutieren kritisch die bildschirmwirksam inszenierte Politik, wenn wir uns mit dem Zusammenhang von Politik und Fernsehen beschäftigen.

Was steht hinter diesem einfachen Beispiel? Es geht darum, daß sich das Verhältnis von Realität und ihrer kommunikationstechnologischen Repräsentation vermutlich schon verschoben hat. An zwei Stellen läßt sich dies identifizieren. Stichworte hierzu sind „fiktive Sinnlichkeit“ sowie „Verfügbarkeit und Zergliederung“. So läßt sich als erstes gerade im Bereich von Politik und Gewalt eine starke „Sinnlichkeit“ feststellen, die eine Grenzverschiebung zwischen Fiktion und Realität zeigt: Politik ist ihrem Wesen nach Angelegenheit eines von unseren Erfahrungen abgetrennten Subsystems. Es wird seiner Struktur nach besser durch den Leitartikel der Zeitung wiedergegeben als durch die Bilder interviewter Politiker. Für uns als Fernsehzuschauer gibt jedoch der „Bericht aus Bonn“ der Politik die Sinnlichkeit von Ort und Zeit, von Handeln und Reaktion, die ja bestenfalls äußerlich ist. Diese fernsehvermittelte Sinnlichkeit ist dabei ihrem Wesen nach genau so symbolisch wie das politische Sub-System. Realität, weil symbolisch und damit der Erfahrung und Sinnlichkeit im herkömmlichen Sinne weitgehend entzogen, bekommt so ihr bildhaft fiktives Korrelat.

Dieser Prozeß ist in bezug auf Gewalt schon in das pädagogische Bewußtsein gekommen (vgl. THEUNERT 1987), wobei die Entsinnlichung von Gewalt („strukturelle Gewalt“ GALTUNG 1975) zu einem blutrünstigen Bildschirm, d. h. zu einer extensiven sinnlichen Darstellungsweise, geführt hat (vgl. BACHMAIR 1988).

Mit dieser fiktionalen Sinnlichkeit und Erlebnisweise unmittelbar verbunden ist eine zweite Grenzverschiebung, die sich mit Verfügbarkeit und Zergliederung von Ereignissen oder Problemen skizzieren läßt: Alles bekommt seine Film-Botschaft, sein erfäßbares Film-Bild, seine anschauliche Film-Lösung, seine spannende Film-Aktion. Dieser Gedanke der Verfügbarkeit liegt dem Szenario der Einleitung zugrunde: Jede Emotion und jedes Ereignis bekommt ihr bzw. sein Fernseh-Bild, von „Star Wars/Krieg der Sterne“ bis „Thriller“, von der Hochrüstung bis zur Zerstörungs- und Beziehungsangst.

4. Schlußbemerkung zur kulturspezifischen Einordnung von Medienforschung und Medienpädagogik

Allgemeine und medienbezogene kulturhistorische Theorien, ob von ELIAS oder GIEDION, ob von ANDERS, BENJAMIN oder McLUHAN, weisen darauf hin, daß Gegenständen und Instrumenten des Alltags mehr zukommt, als nur ihre augenfällige Nützlichkeit. McLUHAN hat dazu das geläufige Bild vom Medium als der (es sei gleich ergänzt) „kulturellen“ Botschaft formuliert. Aspekte dieser kulturellen Botschaft zu erkunden, war Ziel dieser Ausführungen. Dabei ging es darum, Massenkommunikation als Objektivation innerhalb kultureller Entwicklung zu verstehen. Die kulturelle Botschaft ist an die kulturspezifischen Entwicklungslinien gebunden. Fernsehen hat deshalb für jede Kultur und die in ihr spezifische Subjektconstitution eine eigene kulturelle Funktion. Natürlich führt Fernsehen zu einer kommunikationstechnologischen Gemeinsamkeit, sozusagen zu einer gemeinsamen technologischen Linie im Fluß und im Geflecht einer Kultur. Erforschung der Fernsehrezeption kann sich deshalb nicht auf empirische Forschung verlassen, die nur der kommunikationstechnologischen Logik folgt. Fernsehrezeption ist darüber hinaus empirisch nur dann in ihrer Qualität faßbar, wenn zur kulturellen Gemeinsamkeit (Fernsehen im Kontext der Technologisierung) die kulturhistorischen Besonderheiten bedacht werden. Dieses Argument gilt ebenso für empirische Forschung wie für medien-pädagogische Praxis.

Anmerkungen

Vgl. SACHS 1984. Es ist in Mitteleuropa bis nach dem 2. Weltkrieg noch eine großbürgerliche, noble, sportive Angelegenheit, ein Auto zu besitzen und frei damit herumzufahren. Dies schlägt sich sichtbar im Auto-Design (vgl. PETSCH 1982), aber auch in den Kosten für das Auto bzw. das Autofahren nieder.

² In Deutschland bediente sich die nationalsozialistische Propaganda des Charakters der Nobilität und der Freizügigkeit des Autofahrens, um daraus das Versprechen der Mobilität und Freizügigkeit für alle zu machen. Das Versprechen auf den VW war die entsprechende Strategie. Die Nachkriegsrepublik realisierte dieses Versprechen. Hier liegt eine historische Kontinuität vor, deren wir uns in der Regel zu wenig bewusst sind, insbesondere in ihrer Funktion für die Herrschaftsausübung und die Barbarei des Nationalsozialismus.

³ Stichwort hierzu ist der Begriff der „strukturellen Gewalt“. vgl. GALTUNG 1975.

Literatur

- ANDERS, G.: Die Welt als Phantom und Matrize, in: ANDERS, G.: Die Antiquiertheit des Menschen. München 1987⁴. S. 97-211
- ARIÈS, P.: Geschichte der Kindheit. München 1978
- BACHMAIR, B. u. a.: Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen. 2 Bände. Kassel 1984
- BACHMAIR, B.: Entwirren — Kulturhistorische Skizzen zur Funktion phantastischer und realistischer Darstellungselemente in grauenhaften und gewalttätigen „Geschichten“, in: RADDE, M./SANDER, K./VOLLBRECHT, R. (Hrsg.): Jugendzeit — Medienzeit. Weinheim, München 1988. S. 175-198
- BAUER, K. W./HENGST, H.: Wirklichkeit aus zweiter Hand. Reinbek 1980
- BETTELHEIM, B.: Kinder brauchen Märchen. Stuttgart 1977
- ELIAS, N.: Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. 2 Bände. Frankfurt 1979⁶
- GALTUNG, J. G.: Strukturelle Gewalt. Reinbek 1975
- GIEDION, S.: Die Herrschaft der Mechanisierung. Ein Beitrag zur anonymen Geschichte. Frankfurt 1987 (Original: Oxford 1948)

- HAASE, H.: Kinder, Jugendliche und Medien, eine Literaturrecherche, in: Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 1 „Kinder, Medien, Werbung“, Literatur- und Forschungsbericht. Frankfurt 1981. S. 7-294
- HENTIG, H. v.: Das allmähliche Verschwinden der Wirklichkeit. Ein Pädagoge ermutigt zum Nachdenken über die Neuen Medien. München, Wien 1981²
- HENGST, H. u. a.: Kindheit als Fiktion. Frankfurt 1981
- HENGST, H. (Hrsg.): Kindheit in Europa. Zwischen Spielplatz und Computer. Frankfurt 1985
- HOLZER, H.: Fernsehkinder, in: GEISLER, W./KALB, P. E. (Hrsg.): Fernseherschule. Weinheim 1975. S. 11-36
- JENSEN, K./ROGGE, J.-U.: Der Medienmarkt für Kinder in der Bundesrepublik. Tübingen 1980
- LASSWELL, H. D./LERNER, D./DE SOLA POOL, I.: The Comparative Study of Symbols. Stanford 1952
- MCLUHAN, M./FIORE, Q.: Das Medium ist die Botschaft. Frankfurt 1969
- OBERLIESEN, R.: Information, Daten und Signal. Geschichte technischer Informationsverarbeitung. Reinbek 1982
- PETSCH, J.: Geschichte des Auto-Design. Köln 1982
- PLAUL, H.: Illustrierte Geschichte der Trivialliteratur. Hildesheim 1983
- POSTMAN, N.: Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt 1983
- PREUSS-LAUSITZ, U. u. a.: Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder. Weinheim 1983
- SACHS, W.: Die Liebe zum Automobil. Reinbek 1984
- SHANNON, C. E./WEAVER, W.: The Mathematical Theory of Communication; Urbana 1949
- SÜLZER, R.: Gewalt im Fernsehen, in: AUFERMANN, J./SCHAF, W./SCHLIE, O. (Hrsg.): Fernsehen und Hörfunk in der Demokratie. Opladen 1979. S. 435-450
- THEUNERT, H.: Gewalt in den Medien, Gewalt in der Realität. Gesellschaftliche Zusammenhänge und pädagogisches Handeln. Opladen 1987
- WINN, M.: Die Droge im Wohnzimmer. Reinbek 1984