

Produktionsmedien, als Voraussetzung, den Produktionsprozeß kritisch erfahrbar zu machen. Die hohe Glaubwürdigkeit des Mediums [Fernsehen, die Red.] kann – muss aber nicht – durch das Erfahren der Machbarkeit in Frage gestellt werden. Mit dem Gebrauch der Medien als Mittel der Artikulation werden auch die Möglichkeiten medialer Manipulation erlernt“².

Dieser emanzipatorische Ansatz hat sicher den Kreis der medienkompetenten Bürgerinnen und Bürger über den der „Medienspezialistinnen bzw. -spezialisten“ hinaus erweitert: Wer mit Schmalfilm- oder Videokameras Geschichte erzählen will, die auch Nicht-Dabeigewesene interessieren, vielleicht sogar fesseln können, braucht Ideen, Erzähltalent, handwerkliches Können etc., wovon übrigens auch die Medienausbildung profitiert. Bei denen, die auch in Zukunft Medienamateure bleiben, führt dies wiederum, so die Annahme, zu einem kompetenteren Umgang mit den Angeboten der audiovisuellen Massenmedien.

Aber: Hat der Umstand, dass es 1997 in etwa jedem siebten deutschen Haushalt eine Videokamera bzw. einen Camcorder gab, wirklich zu einem Anstieg im kompetenten, d. h. auch selektiven, bedürfnisgerechten und qualitätsbewussten Umgang mit den Fernsehangeboten geführt?

Vieles spricht für eine verneinende Beantwortung dieser Frage, und noch mehr spricht gegen die Formulierung einer solch' plakativen Ursache-Wirkungs-Hypothese.

Doch zurück zum Begriff der Medienkompetenz, zu dem nach Dieter Baacke vier Bereiche von Fähigkeiten gehören: die Medienkritik, die Medienkunde, die Mediennutzung und die Mediengestaltung. Also Fähigkeiten, die durchaus entwickelt und trainiert werden müssen.

Eine grundlegende Problematik des Begriffs Medienkompetenz liegt sowohl in seiner inhaltlichen Vieldeutigkeit wie auch in der gewollten Synthese von Wissensbeständen, Fähigkeiten, Fertigkeiten und Begabungen auf sehr unterschiedlichen Ebenen und mit sehr differenzierten individuellen Bezügen und Konsequenzen. Das Wissen um Medien kann z. B. durchaus eine – manchmal gewünschte – Naivität in der Mediennutzung beeinträchtigen, und Fähigkeiten zum kritischen Reflektieren können Versuche einer individuellen Mediengestaltung belasten. Insofern kann es nicht so sehr um eine individuumsbezogene Vermitt-

lung einer universellen Medienkompetenz gehen, sondern vielmehr um eine Zielvorstellung, die auf bestimmte gesellschaftliche Gruppen zu beziehen wäre.

Und: Medienkompetenz als Zielvorstellung der Medienpädagogik kann nur als Teil sozialer und kultureller Handlungskompetenzen gesehen werden, mit denen die Individuen in ihrem Alltag die verschiedensten Lebenssituationen bewältigen. In einer Welt, in der sich die Persönlichkeitsentwicklung und die Identitätsprozesse der Individuen sowohl anhand direkter sozialer Erfahrungen als auch anhand medialer Erfahrungen vollziehen, müssen Kinder und Jugendliche bei der Ausbildung sozialer und kultureller Kompetenz unterstützt werden, weil dies Defizite in der Ausprägung einer universellen Medienkompetenz als Zielvorstellung kompensieren helfen kann.

Hinzu kommen Entwicklungen im Besitz an massenmedialen Produktionsgeräten wie Camcorder, Computer und DVD, die im Zusammenhang mit Daten aus der Rezeptionsforschung sowie mit Erfahrungen aus Alltagsbeobachtungen auf die folgenden Probleme in der Ausprägung von Medienkompetenzen verweisen:

Erstens kommt es, wie in anderen gesellschaftlichen Bereichen auch, zu einer immer stärkeren Annäherung bzw. teilweisen Verschmelzung von *Medienprofis* und *Medienamateuren*.

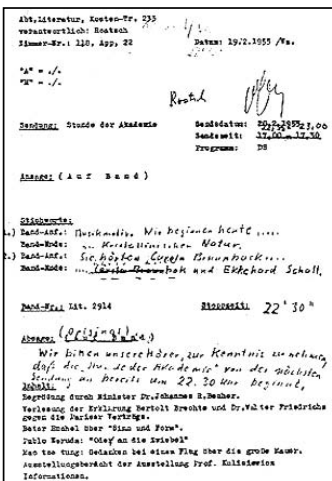
Zweitens wird die Trennung von Produktions-, Distributions- und Rezeptionsagenturen, aber auch -prozessen angesichts neuer medientechnologischer Entwicklungen immer ahistorischer.

Drittens heißt Entwicklung von Medienkompetenz für das nächste Jahrtausend auch, die traditionellen Medien nicht zu vergessen.

Und *viertens*: Entwicklung von Medienkompetenz heißt immer auch, Entwicklung und Finanzierung von anspruchsvollen Medienangeboten für Kinder und Jugendliche.

1. Entwicklung von Medienkompetenz = „Amateurisierung“ der Medienangebote?

Die Entspezialisierung bzw. „Amateurisierung“ von Medienproduktionen hat nicht nur zum Verlust „der Aura“ (Benjamin), und, darüber vermittelt, zur Nivellierung der Wertmaßstäbe geführt, sie hat auch, und das scheint mir viel wichtiger, zum Versagen der AV-Medien als soziokulturelle Leitinstanz beigetragen. Die bis-



oben:
Berthold Brecht in einer
Karikatur von B. F. Dolbin.

darunter:
Gesprächsführung im
Radio mit B. Brecht –
Sendemanuskript von
1955.

rechts:
Volksempfänger VE301
(um 1935).

3
Brecht, B.:
Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Schriften zur Literatur und Kunst. Berlin und Weimar 1966, S. 138 ff.

her dominierenden Leitinstanzen, nämlich Kirche, Staat und Schule, waren den gesellschaftlichen Problemen zwar auch nicht gewachsen, sie stellten sich aber – mehr oder weniger erfolgreich – der internen und manchmal auch externen Diskussion von Werten und Normen, Berufsbildern und Zielvorstellungen etc.

Die AV-Medien scheinen diesen Diskurs seit einigen Jahren abgebrochen zu haben: Die konsequente Verweigerung der privaten Anbieter, eine soziokulturelle Leitinstanz sein zu wollen, führt mit der alleinigen Akzeptanz von Zuschauer-Reichweiten als „harte Währung“ des Erfolgs bei allen Anbietern sukzessive zum Verlust ihrer kulturellen und sozialen Leitfunktion. Mit dieser These sollen keineswegs die differenzierten kulturellen, sozialen und politischen Leistungen einzelner Anbieter, z. B. für die Integration des Einzelnen in das Sozialgefüge moderner Gesellschaften, bezweifelt werden. Sie signalisiert aber eine Tendenz, die im Hinblick auf die These von der Bedeutung aktiver Medienarbeit für die Entwicklung von Medienkompetenz von Belang ist: Durch die zunehmende Vermarktung von Amateurfilmen und Homevideos im kommerziellen Fernsehen wird nicht nur immer mehr die „Fernsehtauglichkeit“ zum Maßstab für Amateurproduktionen, sondern es droht dadurch auch ein Verlust des emanzipatorischen Ansatzes. Der in der *Radiotheorie* von Bert Brecht 1932 entwickelte Ansatz wird damit sechs Jahrzehnte später durch die Medienpraxis zwar bestätigt, in seiner Intention allerdings verkehrt.

„Unsere Gesellschaftsordnung, welche eine anarchische ist [...] ermöglicht es, daß Erfindungen gemacht und ausgebaut werden, die sich ihren Markt erst erobern, ihre Daseinsberechtigung erst beweisen müssen, kurz *Erfindungen, die nicht bestellt sind*. So konnte die Technik zu einer Zeit soweit sein, den Rundfunk herauszubringen, wo die Gesellschaft noch nicht soweit war, ihn aufzunehmen. Nicht die Öffentlichkeit hat auf den Rundfunk gewartet, sondern der Rundfunk wartet auf die Öffentlichkeit, und um die Situation des Rundfunks noch genauer zu beschreiben: nicht Rohstoff wartet auf Grund eines öffentlichen Bedürfnisses auf Methoden der Herstellung, sondern Herstellungsmethoden sehen sich angstvoll nach einem Rohstoff um.

Man hatte plötzlich die Möglichkeit allen etwas zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegt, nichts zu sagen.“

Brechts berühmte, aber bisher nicht umgesetzte, Schlussfolgerung aus diesem Umstand lautet:

„Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht zu hören, sondern auch sprechen zu machen, und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen“³. Jetzt können zwar viele etwas sagen, das, was sie sagen können oder wollen, wird aber zunehmend ähnlicher. Die Entwicklung von Medienkompetenz darf also nicht vom gesellschaftlichen Sinndiskurs abgekoppelt werden.



2. Die Entwicklung von Medienkompetenz – eine universelle Medienausbildung?

Der Computer als Workstation für Fernsehempfang, Abspielmöglichkeit für CDs und CD-ROMs (zukünftig sicher auch DVDs), als Pro-

duzent und Distribuent (hier auch im Sinne von Bearbeiter, Manipulateur etc. verstanden) von Worten, Tönen und Bildern, führt sukzessive zu einer Veränderung in den Funktionen der „klassischen“ AV-Medien:

Das Kino hat sich z. B. in den letzten Jahren konsequent von einem Alltags- zu einem Ereignismedium gewandelt. Kinobesuche als bewusste Absetzung vom reduzierten Filmerlebnis im Fernsehen und/ oder auf Video/DVD haben über das Jugendalter hinaus an kulturellem und sozialem Wert gewonnen.

Auch Fernsehen und Video versuchen durch medientechnologische (16:9, HDTV etc.) und/ oder marketingorientierte Maßnahmen, dieser „Verschmelzung“ von Produktions-, Distributions- und Rezeptionsmedien bzw. der von Profi- oder Amateurproduktionen entgegenzuwirken. Andererseits trägt aber eben auch das Fernsehen, wie bereits skizziert, zu dieser Verschmelzung bei. Hierbei werden die Möglichkeiten des digitalen Fernsehens, wie die der digitalen Medien überhaupt, in den nächsten Jahren sicher zu weiteren Veränderungen in den individuellen und gesellschaftlichen Funktionen des Mediengefüges führen.

Aus meiner Sicht wird das mit den folgenden Prozessen und Konflikten verbunden sein:

Die Demokratisierung der universellen Aufnahme-, Speicher-, Manipulierungs- und Vervielfältigungsmöglichkeiten von Bildern hat gleichermaßen Konsequenzen für die Haltung zu Abbild und Bild. Es kann angenommen werden, dass das Abbild zu einem Korrektiv der Primärerfahrung „wahrgenommenes Bild“ wird wie es auch zur Sicherheit beiträgt, das in der Realität Wahrgenommene nicht aus dem „Bildgedächtnis“ zu verlieren, da das Abbild ja gespeichert – in welcher Form auch immer – zur Verfügung steht.

Ich sehe darin eine Form der medienbeeinflussten Strukturierung oder Formung der Imaginationen, weil die wahrnehmbaren Imaginationen-Produkte nicht ohne weiteres in Richtung eines Verlustes von Einbildung und Phantasie interpretiert werden können, aber durchaus Anlehnungen an Formen bzw. Strukturen der medialen Bildwelten erkennen lassen.

Gefragt werden muss allerdings, inwieweit die aus der Fernsehrezeptionsforschung bekannte Tendenz zur nichtlinearen, fragmentarischen, episodischen – den narrativen Intentionen nur teilweise folgenden – Wahrnehmung ihre Entsprechung in einer ebensolchen Ten-



denz zu nichtlinearen Imaginationen findet.

Meines Erachtens spricht vieles dafür, dass Wahrnehmungskompilationen bzw. -collagen in bestimmter Weise auch einen Trend zu nicht narrativen Imaginationen zur Konsequenz haben. Belege für diesen Trend finden sich gelegentlich in Film- und Videoarbeiten von Jugendlichen.

Die Glaubwürdigkeit von Bildern wurde durch „Im-Bild-Montagen“ in Filmen, wie *Forrest Gump* oder *True Lies* ebenso in Frage gestellt wie durch die „gefälschten“ Reportagen in *Stern TV*, durch die „Dokumentationen“ über den Golfkrieg oder durch die medientechnologische Erzeugung „virtueller Realitäten“ und die Art und Weise ihrer öffentlichen Diskussion. Es kann angenommen werden, dass damit auch die Wirkungsmöglichkeiten der allgegenwärtigen „Bilderfluten“ geringer geworden sind. Die omnipotente Präsenz von Bildern verringert sowohl die Wahrnehmung und Speicherung von Einzelbildern als auch die subjektive Bedeutung der Bilder überhaupt.

Wie reagieren nun – vorwiegend junge – Menschen, die Erfahrung haben mit der Manipulation bzw. technologischen Erzeugung von „realen“ Bildern auf die „Objektivitätsansprüche“ der Film- und Fernsehbilder?

Dazu einige Überlegungen und Hypothesen:

Aus der Sicht der mir bekannten Forschungsergebnisse wie auch auf der Basis von Alltagserfahrungen und Diskussionen beeinflussen die folgenden Fragen, Probleme und Themen die „Bilder“-Diskussionen und die notwendigen Konzepte des medienpädagogischen Handelns im Multimedia-Zeitalter:

Nichts ist unmöglich.
Der tote Präsident Kennedy
als Bildmontage in dem
Kinofilm *Forrest Gump*.

- Es wächst gegenwärtig eine erste „Multi-media-Generation“ heran, für die das Wort „Multimedia“ nicht die Nutzung verschiedener Medien, sondern die eines Mediums mit sehr unterschiedlichen Funktionen bedeutet. Deren Weltaneignung vollzieht sich im primären wie auch im sekundären Erfahrungsbereich in bisher nicht gekannten zeitlichen, kulturellen und sozialen Dimensionen. Diese Kinder erfahren eine Welt, die sich ihnen verkehrsorganisatorisch wie auch kommunikativ-medial scheinbar oder tatsächlich immer durch- und überschaubarer in natürlichen und künstlichen Bildern darstellt. Die Welt als „globale Bilderwelt“, als eine Art „internet-village“, die spielerisch durch Fernbedienungen, Gameboys, Computer und Modem auch und gerade von Kindern gestaltet werden kann. In der familiären wie auch traditionellen kulturellen Sozialisation sind diese individuellen Gestaltungs- und Erlebnismöglichkeiten für die meisten von ihnen zu meist wesentlich geringer und häufig riskanter.
- Angesichts dieser – noch keinesfalls abgeschlossenen und deshalb in ihrer Tendenz noch nicht eindeutig fixierbaren – Entwicklungen stellen sich auch neue Anforderungen an die Medienerziehung bzw. Entwicklung von Medienkompetenz. Diese muss sich nicht nur mit dem allgemein beklagten „Verschwinden“ des Werkes im von Kanalvielfalt und Fernbedienung strukturierten Fernsehalltag beschäftigen, sondern auch mit dem Verschwinden des originären Bildes in den nicht mehr nach Kriterien wie Objektivität, Glaubwürdigkeit und sozialer Repräsentanz vorfind- und bewertbaren Bilderwelten. Cyberspace, „virtuelle Welten“, Multimedia-Boxen und auf CD-ROMs gespeicherte und manipulierbare Bilder oder Filme entziehen sich zur Zeit der traditionellen Medienforschung und -erziehung.
- Kinder haben im Gebrauch neuer Medientechnologien nicht selten einen Kompetenzvorsprung gegenüber vielen Erwachsenen (Eltern, Lehrerinnen und Lehrern sowie anderen Erziehungsträgern). D. h., sie können kompetenter mit einer bestimmten Form der Gestaltung von medienspezifischen Wirklichkeiten umgehen als die meisten Erwachsenen. Daraus resultiert ein neuartiges Spannungsverhältnis zwischen

den Generationen (eine Art „multimedialer Generationskonflikt“): Mediale Kompetenzen einerseits und kulturelle und soziale Kompetenzen andererseits müssen zum Teil verschiedenen Generationen zugeordnet werden!

Wird die voraussehbare Entwicklung auch zu einer altersmäßigen Verschiebung in den bildkünstlerischen Kompetenzen führen?

Noch werden überwiegend nur Filme oder Fernsehsendungen durch digitale Datenkompressionen verändert bzw. manipuliert, was passiert aber, wenn Picassos, Rembrandts oder Toulouse-Lautrecs Bilder nicht „nur“ gefälscht, sondern mit Hilfe digitaler Kompressionen verändert werden?

Im Filmbereich überrascht es uns schon nicht mehr, Tom Hanks, Dick Cavett und John Lennon in einer Fernsehshow reden oder Louis Armstrong mit Elton John spielen zu sehen; in den *1.000 Meisterwerken* würden uns solche Werk- bzw. Zeitmanipulationen wahrscheinlich als störend auffallen, aber wie lange noch?

- Ungeklärt ist, da die Entwicklungen noch nicht abgeschlossen sind, welche Konsequenzen diese Trennung von sozialer, kultureller und medialer Kompetenz für Persönlichkeitsentwicklungen, aber auch für Medieninhalte haben (Gameboy-Spiele, Spiel- und andere Programme von Computern, dementsprechende Fernsehangebote etc.).

Die am Beispiel der Bilderwelten demonstrierten Zusammenhänge zwischen Entwicklungen in den Medientechnologien und den Anforderungen an Medienkompetenz lassen sich in modifizierter Weise auch auf die Hörwelten übertragen. Entwicklung von Medienkompetenz heißt also immer auch Entwicklung von sozialer und kultureller Kompetenz.

3. Die Entwicklung von Medienkompetenz und die „traditionellen“ Medien

Für die Erhaltung und Pflege des sozialen und kulturellen Gedächtnisses von Völkern und Gruppen ist es auch notwendig, (weiterhin?) einen kompetenten Umgang mit Büchern und Theater, mit Livemusik und Zeichnungen etc. zu ermöglichen.

Nun werden sich zwar, wie in der menschlichen Generationenfolge auch, die jeweils

4

Stoll, C.:

Die Wüste Internet.
Frankfurt a. M. 1998,
S. 132.

5

Schneider, N.:

Über Fernsehen, Fälschungen und die Folgen. In: Funk-Korrespondenz vom 19. Juli 1996.

6

Paul Virilio im Gespräch. In: Jakob, M. (Hg.): *Aussichten des Denkens*, München 1994, S. 113 ff.

jüngeren (Medien) von den älteren (Medien) „abnabeln“ wollen und müssen, gleichzeitig bedarf aber die Entwicklung der Medien ebenfalls einer Art „Generationsvertrag“. Die Produktion und Rezeption neuer Medientechnologien verlangt nämlich weiterhin Erfahrungen und Kenntnisse mit traditionellen Dramaturgien und narrativen Erzählstrukturen, und auch die virtuell erzeugten Bilderwelten müssen vor den anthropologisch determinierten Wahrnehmungsmustern bestehen können.

Eine weitere Notwendigkeit dafür, die traditionellen Medien bei der Entwicklung nicht zu vernachlässigen, sehe ich in der dadurch möglichen Erfahrung von „Medienauthenzität“. Buch, Film, Theater etc. stehen für eine spezifische Abbildungsauthenzität, die zwar auch keine Garantie bietet, dass das Abgebildete tatsächlich authentisch ist (es sei hier an den Fall Born und die vielen anderen Beispiele von medienverursachter bzw. -gewünschter Realitätsmanipulation erinnert), an den Abbildungen selbst waren bzw. sind Manipulationen in diesen Medien aber relativ selten. Natürlich sind wegretuschierte Personen auf Bildern in Geschichtsbüchern oder Inszenierungen in Dokumentarfilmen – um nur zwei Beispiele zu nennen – sowohl aus medienethischen Gründen als auch des Verlustes an Glaubwürdigkeit als Zeitdokument wegen äußerst problematisch.

„Retuschierte Fotos sind nichts Neues. Digitale Bildverarbeitung aber kann so weit gehen und dabei doch unsichtbar bleiben, daß sie die Basis des Fotojournalismus unterminiert: den Zusammenhang von Sehen und Glauben.“⁴

Dürfen wir also nicht mehr dem trauen, was wir zwar sehen, aber dies nur durch ein Medium vermittelt tun? Kann den auf Fotos, Filmen, digitalen Speichermedien etc. dargestellten Wirklichkeitsausschnitten nicht mehr geglaubt werden, weil diese Ausschnitte in irgendeiner Weise manipuliert sein können; konnte diesen Ausschnitten je getraut werden? Dürfen wir also, wie Norbert Schneider polemisch fragt, wirklich glauben, dass „die Deutschen bei der Fußball-Europameisterschaft gegen die Russen wirklich gewonnen (haben)?“⁵

Aber: Warum glauben wir eigentlich an eine Authentizität der Bilder?

Die Antworten auf diese Fragen müssen sehr unterschiedlich ausfallen. Ich will einige Antwortmöglichkeiten kurz skizzieren:

Paul Virilio, Medientheoretiker mit Kultstatus, stellt z. B. fest: „Das Denken selbst steht heute nicht sehr hoch im Kurs: die Bilder haben den Sieg davongetragen, all' das geschieht zugunsten eines absolut gewordenen Bildes, das all' das, was es zeigt, im Grunde immer schon ausscheidet [...], das Bild ist wichtiger als der Gegenstand, dessen Repräsentant es eigentlich ist. Längerfristig wird aber dadurch das Bild selbst zum absoluten Gegenstand, absorbiert die Tyrannei der Bilder alle Gegenstände.“⁶

Unsere Erziehung hat zumindest in den letzten Jahrzehnten einen Autoritätsbeweis der Bilder gegenüber dem der Worte latent favorisiert: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“ wussten allerdings schon die alten Chinesen, während andererseits die europäische Religionsgeschichte zeitweise mit Abschnitten der „Bilderstürmerei“ verbunden war: „Du sollst Dir kein Bildnis machen in irgendeiner Gestalt, weder von dem, was oben am Himmel, noch von dem, was unten auf Erden, noch von dem, was in Wasser unter der Erde ist“.

Bilder sind im Zeitalter der audiovisuellen Massenmedien zu einer Form des ultimativen Autoritätsbeweises für tatsächlich Stattgefundenenes avanciert, allerdings können bei den traditionellen AV-Medien Manipulationen zumindest durch Zeitzeugen oder medienkompetente Nutzerinnen und Nutzer entlarvt werden, was ihren Gebrauch allerdings nicht entschuldigen soll und darf. Erziehung zur Medienkompetenz muss also immer auch medienethische Zielstellungen beinhalten!

4. Die Entwicklung von Medienkompetenz als Basis für einen Qualitätsdiskurs?

Die Entwicklung von Medienkompetenz ist immer auch von dem abhängig, was tagtäglich in den verschiedenen Medien angeboten wird. Denn bevor überhaupt Erziehung zur Medienkompetenz im Kindergarten oder Schule ansetzen kann, sind die ersten Medienerfahrungen bereits gemacht worden. Und auch später sind die aktuellen und insbesondere die habituellen Medienerfahrungen meist dominant gegenüber den Bemühungen zur Entwicklung von Medienkompetenzen.

Hierzu sollen einige weitere Ausführungen gemacht werden, weil die frühzeitigen Medienerfahrungen der Kinder von großer Relevanz für das diskutierte Thema sind.

Phantasien, die heutige Kinder kaum mehr befriedigen können: Die Märchen der Gebrüder Grimm (hier *Die drei Spinnerinnen*).



Versucht man Gemeinsamkeiten zwischen den von Kindern im Fernsehen favorisierten Programmangeboten zu finden, dann fällt als *Erstes* die Ferne zur fotografischen Abbildrealität in den bevorzugten Sendungen auf.

Es sind zwar nicht mehr die Phantasien der Gebrüder Grimm und auch nicht die ihrer unzähligen Nacherzählerinnen und -erzähler in Familien, die die Phantasiebedürfnisse der Gegenwartskinder befriedigen, es sind aber weiterhin von deren Primärerfahrungen abgehobene Inhalte und Darstellungsweisen. Unter diesen Gesichtspunkten ist es z. B. interessant, dass die Gewaltsequenzen in den umstrittenen *Power Rangers* fast ausschließlich dem Bereich von „Tertiärerfahrungen“ bei ihren Nutzerinnen und Nutzern zuordenbar sind. Unter „Tertiärerfahrungen“ verstehe ich dabei solche mit medientechnologisch oder anderweitig erzeugten, in der Realität nicht vorfindbaren Wahrnehmungsobjekten. In den *Power Rangers* verwandeln sich auch Realfiguren in sich teilweise marionettenhaft bewegende High-Tech-Wesen, wenn sie einmal mehr gegen das Böse kämpfen müssen.

Eine *zweite* Spezifik sehe ich im beschleunigten und diskontinuierlichen Erzählrhythmus. Nicht die Erzählung von Geschichten, sondern die von Umschlagpunkten wird angezielt: Nicht Handlungsverläufe werden gezeigt, sondern deren Kulminationspunkte; Verhalten wird nicht motiviert, sondern präsentiert! Es scheint mir in diesem Zusammenhang nicht zufällig, dass unter den Lieblingssendungen der Kinder so wenige lange (Kinder-) Spielfilme sind.

Die erkennbare Tendenz in Kinderangeboten zu Erzählstrategien, die nur das Ereignis und nicht dessen Ursachen und Wirkungen beschreiben, hat wahrscheinlich Konsequenzen, die sich z. B. äußern können

— *in sozial und auch ästhetisch wertungsfreien Kommunikations- und Erlebnisprozessen (die kindlichen Zuschauer müssen nicht über Motive und Folgen von Handlungen ihrer jeweiligen Identifikationsobjekte nachdenken).*

Die Kinder werden damit davon entlastet, ihre Identifikationsfiguren danach bewerten zu müssen, ob deren Handlungen (politisch korrekt) motiviert sind, ob die von ihnen praktizierten Konfliktlösungen moralisch vertretbar sind etc. Gleichzeitig werden ihnen damit aber auch Möglichkeiten zum Üben von Wertungen in Spielsituationen genommen.

— *in einer unangemessenen bzw. unangepassten Übertragung solcher Medienerfahrungen auf Ereignisse in der Realität.*

Die häufig gestellte Frage, ob bzw. die geäußerte Vermutung, dass Kinder in den AV-Medien gesehenes Verhalten auf reale Situationen ungeprüft als angemessen übertragen, trifft insofern einen Kern des Diskurses um Medienkindheiten.

Eine *dritte* Spezifik besteht in den Comic-Dramaturgien und Spielzeugästhetiken vieler Kinderprogramme.

Sprachliche Kommunikationen reduzieren sich auf Sätze unter fünf Worten, und die künstlich produzierten Protagonisten bedienen sich einer Ästhetik, die, anders als bei Disney, Henson oder Zeman, auf einer Grobmotorik in den Bewegungen basiert. Es ist die Motorik, die entsteht, wenn kleine Kinder ihre Puppen oder andere bewegbare Spielzeugprodukte zur Demonstration von Bewegungen manipulieren. Und es ist die Motorik, die zur Nutzung der vielen im Umfeld von Kindersendungen zum Verkauf stehenden Merchandising-Produkte anregen soll.

Viertens ist die Musik in den meisten Kinderprogrammen der Mainstream orientierten Popmusik verpflichtet, womit den Kindern meines Erachtens ein weiteres Element einer autonomen Kinderkultur genommen wird. Die Einübung auf die Darbietungsmuster einer jugendorientierten Medienkultur geschieht damit schon im frühen Kindesalter: Die Entwicklung und Pflege spezifischer Kinderkulturen findet im Fernsehen kaum statt und wäre vielleicht auch nicht fernsehspezifisch?

Fünftens bietet das Fernsehen, teilweise auch dessen Kinderprogramme – wie viele andere Massenmedien auch – den Kindern einen altersmäßig sehr frühzeitigen Zugang zu den populären medialen Erwachsenenästhetiken.

Sicher liegt das daran, dass viele Eltern, wenn sie ihren Sprösslingen den gemeinsamen Familien- und damit Fernsehabend nicht verweigern wollen, von Sendungen dieser Art die wenigsten problematischen Wirkungen auf ihre Kinder erwarten und gleichzeitig die Heranführung ihrer Kinder an sozial, politisch und insbesondere ästhetisch anspruchsvollere und damit erklärungsbedürftigere Programmangebote scheuen. Es ist schon bemerkenswert, dass arte und 3sat von Kindern und Erwachsenen fast gleich wenig gesehen werden.

Warum sollen auch Kinder anspruchsvollere Programmpräferenzen entwickeln als ihre Eltern?

Die mir bekannten telemetrischen Forschungsdaten lassen zumindest nicht die Schlussfolgerung zu, dass die Fernsehnutzung der Kinder dramatisch von der ihrer Eltern abweichen würde, eher im Gegenteil!

Eine Schlussfolgerung könnte also lauten: Die – aus welchen Gründen auch immer – als

problematisch benannten Fernsehnutzungsgewohnheiten der Kinder sind zuallererst eine Quintessenz des Fernsehverhaltens ihrer Eltern bzw. der Elterngeneration überhaupt.

Nun soll und kann allerdings das Fernsehen als ein wesentlicher Gestalter der Medien- und Lebenswelten der Kinder nicht a priori aus seiner Verantwortung für die Art und Weise der eigenen Gestaltung entlassen werden.

Die Art und Weise, wie Kinder ihre Umwelt erfahren und mit ihr umgehen (lernen), ist immer auch ein Produkt des Fernsehens und der anderen Massenmedien.

Aber, die Umwelt, in der sie leben, ist weder gewalt- und angst- noch werbefrei. Soll Kinderfernsehen also eine Art Reservat für Vorstellungen von „heilen“ Lebenswelten und damit zur Kompensation von komplizierten „realen“ Lebenswelten werden?

Prof. Dr. Dieter Wiedemann ist Präsident der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) Konrad-Wolff in Potsdam-Babelsberg und Kuratoriumsmitglied der FSF. Seit 1999 ist er Vorsitzender der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK).