

Internationales Kinderfernsehen

Das Beispiel Japan

Lothar Mikos und Claudia Töpfer

Dass sich Produktionen des gegenwärtigen weltweiten Kinderfernsehens entgegen der Annahme einer zunehmenden Internationalisierung und Amerikanisierung vielmehr zwischen den Polen „global“ und „glocal“ bewegen, belegen einige Beispiele des internationalen Kinderfernsehens. In den kommenden Ausgaben dieser Zeitschrift werfen die Autoren einen Blick auf nationale Traditionen des Kinderfernsehens. Bevor die Entwicklungen in einigen europäischen Ländern (z. B. den Niederlanden, Schweden oder Deutschland) und den USA verfolgt werden, soll es in den ersten beiden Folgen um Japan und die besonderen Merkmale von Animes gehen. Der umfassende Erfolg japanischer Anime-Produktionen in den USA und Europa zeigt, dass sich in Japan eine eigene Kultur des Erzählens im Kinderfernsehen entwickelt hat, die auch international erfolgreich ist.

Einleitung

Kinderfernsehsendungen sind in den meisten Ländern weltweit vor allem amerikanische Importware. Dies hängt auch mit Veränderungen in der (Kinder-)Fernsehlandschaft zusammen. Neue technische Verbreitungsmöglichkeiten und eine ständig wachsende Anzahl an Sendern erleichtern den Austausch von Sendematerial. Vor allem US-amerikanische Programme wie z. B. *SpongeBob – Schwammkopf* oder *Dora the Explorer* wurden und werden weltweit importiert. Da diese Programme in vielen Ländern beim jungen Publikum sehr erfolgreich sind, entsteht der Eindruck einer nahezu globalen Standardisierung des Kinderfernsehens. Kritiker befürchten dadurch das Entstehen neuer kultureller Abhängigkeiten und den Verlust nationaler kultureller Identität. Diese häufig konstatierte Amerikanisierung bzw. Internationalisierung des Kinderfernsehmarktes führt jedoch unserer Meinung nach nicht zwangsläufig zu einer völligen Vereinheitlichung von Programmen. Neben dem Trend kultureller Homogenität lässt sich ebenso ein Trend des wachsenden nationalen Identitätsbewusstseins verzeichnen, der dazu führt, dass vereinzelt auch nationale Fernsehsendungen in ihrer spezifischen Erzählweise über die eigenen Landesgrenzen hinaus erfolgreich sein können. Das zeigen z. B. Programme des japanischen Kinderfernsehens. Zahlreiche japanische Anime-Koproduktionen, die auf europäischen Erzählmotiven beruhen – wie beispielsweise *Heidi*, *Sindbad*, *Nils Holgersson* oder *Pinocchio* – haben dafür gesorgt, dass diese im europäischen Raum häufig nicht als genuin japanisch wahrgenommen wurden. Auch das für Animes typische Kindchenschema der Figuren – insbesondere die großen Augen, die im japanischen Kulturraum als Ausdrucksmittel der emotionalen Befindlichkeiten der Figuren dienen – erscheinen nicht ausdrücklich asiatisch. Sie ähneln eher europäischen und amerikanischen Gesichtern und werden international leichter akzeptiert. Neben diesem ganz eigenen Animationsstil beruht der internationale Erfolg japanischer Kinderfernsehsendungen jedoch auch auf jahrzehntelangen Traditionen der Manga-Kultur, Entwicklungen im japanischen Kinderfernsehen und der Vermarktung der Sendungen im Medienverbund, was im Folgenden dargestellt wird.

Entwicklung des japanischen Kinderfernsehens

In Japan wurden Kinder schon früh als eine eigene Zielgruppe mit einem Recht auf speziell für sie produzierte Fernsehprogramme betrachtet. Als am 1. Februar 1953 das öffentlich-rechtliche Fernsehen NHK (Nippon Hoso Kyokai) auf Sendung ging, gab es eine 30-minütige „Kinderstunde“ (vgl. hierzu und im Folgenden Kodaira 1989). Bereits drei Jahre nach Einführung des Fernsehens be-



Heidi und Nils Holgersson, Dragonball und Pokémon (v.l.n.r.)

Literatur:**Brophy, P.:**

100 Anime. London 2005

Clements, J./McCarthy H.:

The Anime Encyclopedia. A Guide to Japanese Animation since 1917. Berkeley 2006

Felbert, U. von:

Pädagogischer Helfer. Kinderfernsehen in Japan. In: *Medium*, 20/1990/3, S. 67–70

Iwabuchi, K.:

Recentring Globalization. Popular Culture and Japanese Transnationalism. Durham/London 2007 (2. Aufl.)

Kodaira, S. I.:

Kinderfernsehen und Medienforschung in Japan: historischer Überblick und gegenwärtige Tendenzen. In: Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): *Kinderfernsehen und Fernsehforschung in Japan und der Bundesrepublik Deutschland.* München 1989, S. 29–57

gann man nach diversen ersten Versuchen mit der Ausstrahlung der ersten regulären Kinderserie *Chirorin-mura to Kurumi no Ki* (*Das Dorf Chirorin und der Walnussbaum*), die von 1956 bis 1964 einmal wöchentlich gezeigt wurde. Die Serie gilt als erste Puppenspielsendung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens NHK, in der die Puppen die Form von Früchten und Gemüse hatten. Parallel zu den in Japan produzierten Kindersendungen wurden auch amerikanische Serien wie *Lassie* und *Superman* gezeigt. Vor allem das privat-kommerzielle Fernsehen setzte auf amerikanische Kaufware. Man nahm jedoch die amerikanischen Sendungen als Vorbild zur Produktion eigener Serien. Von 1958 bis 1959 lief auf einem der privaten Sender sehr erfolgreich die Superman-Serie *Gekko Kamen* (*Die Maske des Mondes*), die täglich in 10-minütigen Episoden ausgestrahlt wurde. Ende der 1950er- und Anfang der 1960er-Jahre orientierte sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen dagegen weniger auf die Darstellung spielerischer, fantasievoller Programme, sondern auf Sendungen, die auch eine bildende Funktion haben sollten. Im Jahr 1959 startete man neben dem allgemeinen Fernsehprogramm mit NHL Educational TV, einem Kanal mit erzieherischem und kulturellem Anspruch. Hier wurde auch noch im Gründungsjahr die am längsten laufende tägliche Sendereihe für Kleinkinder gestartet, *Okaasan to Issho* (*Mit der Mutter*), die bis heute im japanischen Fernsehen zu sehen ist. Dabei handelt es sich um ein 25-minütiges „Vorschulmagazin, das aus einer lockeren Folge von Spots mit Puppen, Comic-Figuren und Menschen zusammengestellt ist. Unter anderem gibt es regelmäßig Hygiene-Drill: Jeden Tag zeigt ein anderes Kind, wie gut es sich schon allein waschen, anziehen oder die Zähne putzen kann. [...] Im Beisein der Mutter sagt das 3- oder 4-jährige Kind Vornamen und Alter und ist dann für 50 Sekunden ein Fernsehstar. Die stets gleichbleibende Musik animiert dazu, das Lied vom Waschen oder das vom Zähneputzen bei den entsprechenden Reinigungshandlungen einzubeziehen“ (von Felbert 1990, S. 68). Aus der Sendung wurde mit der Zeit eine Art Family Entertainment, denn unter dem Markennamen werden auch Tanz- und Singveranstaltungen durchgeführt.

Das Kinderprogramm der 1960er-Jahre wurde jedoch zunehmend von Zeichentrickserien bestimmt. Der privat-kommerzielle Sender Fuji TV, 1959 gegründet, brachte am Neujahrstag des Jahres 1963 die erste Trickfilmserie auf den Bildschirm: *Tetsuwan Atomu* (*Astro Boy*), die auf einem beliebten Jungen-Comic (*Shonen*) basierte. Bis zum Jahr 1966 wurden 193 Episoden mit einer Länge von 30 Minuten gesendet (vgl. Brophy 2005, S. 36 f.; Clements/McCarthy 2006, S. 36). Die Handlung der Serie spielt im Jahr 2003. Ein Professor baut einen Roboter, der seinen bei einem Autounfall ums Leben gekommenen Sohn ersetzen soll. Dabei tauscht er alle nega-

tiven Eigenschaften seines verstorbenen Sohnes in positive um, sodass der Roboter-Sohn stets Gutes tut. Als der Professor realisiert, dass dieser Roboter nie erwachsen werden kann, verkauft er ihn. Schließlich wird der Astro-Boy von einem anderen freundlichen Professor adoptiert, der ihn dazu animiert, gegen das Böse in der Welt zu kämpfen und so den Frieden auf der Erde zu bewahren. Die Serie war nicht nur eine Adaption eines Mangas, sondern wurde auch im Medienverbund vermarktet: „Mit *Astro Boy* begann die Verbindung von Trickfilmserien im Fernsehen und einer darauf abgestimmten Werbung für Spielzeug und andere Artikel“ (Kodaira 1989, S. 34). Der große Erfolg der Serie führte dazu, dass vor allem die privaten Sender eine Trickfilmserie nach der anderen produzierten. Die 1960er-Jahre gelten daher auch als das „goldene Zeitalter des Science-Fiction-Trickfilms“ (ebd.). Daneben wurden aber auch andere Trickserien produziert, die – wie beispielsweise *Sazaesan* – Alltagsgeschichten aufgriffen. Ferner gab es spezielle Serien für Mädchen wie z. B. *Candy, Candy* oder *Atakku No. 1* (*Mila Superstar*). Nach dem großen Erfolg der Mangaserien sprang der Privatsender Fuji TV ebenfalls auf den Zug auf und brachte bereits im Dezember 1969 die gleichnamige Animeserie *Atakku No. 1* heraus, von der bis 1971 insgesamt 104 Episoden gesendet wurden. Die sehr erfolgreiche Serie um die von einer Lungenkrankheit genesene Volleyballspielerin Mila wurde in die USA und einige europäische Länder verkauft, u. a. nach Deutschland, wo sie allerdings erst 1993/1994 auf RTL II zu sehen war. 1970 und 1971 wurden zudem in Japan vier Trickfilme für das Kino produziert, die parallel zur Ausstrahlung im Fernsehen liefen.

Klassiker, Animes und Computerspiele

In den 1970er-Jahren entwickelte sich eine Vielfalt an Themen, die in Spielserien und Zeichentrickserien verarbeitet wurden. Einerseits wurden Klassiker der europäischen Kinderliteratur und europäische Märchenstoffe in Trickfilme umgesetzt; als Beispiele mögen hier *Andersens Märchen*, *Die kleine Prinzessin* und *Heidi* dienen. Der Erfolg dieser Bearbeitungen führte dazu, dass auch japanische Vorlagen verfilmt wurden, z. B. *Manga Nippon Mukashi Banashi* (*Geschichten aus dem alten Japan*) im Jahr 1975. Daneben wurden vor allem Animes produziert, in denen die Helden gegen Monster und Ungeheuer kämpfen müssen. Eine der erfolgreichsten Serien war *Ultraman*, die bereits Ende der 1960er-Jahre lief, aber in den folgenden Jahrzehnten zahlreiche Neuauflagen und Nachahmungen erlebte. Oft können sich die Helden transformieren und haben besondere Fähigkeiten. In der Serie *Kamen Rider* (*Der maskierte Reiter*) konnte sich der Held „in einen Superman verwandeln, wenn der ‚Wechsel!‘ (‚Henshin!‘) rief. Der Ausruf ‚Henshin!‘ wur-

de bei japanischen Kindern ein Modewort“ (ebd., S. 35). In der Folge, vor allem in den 1980er-Jahren, wurden die Animes verstärkt mit humoristischen Elementen angereichert. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen NHK setzte mehr auf Serienfilme für Kinder. Von 1965 bis 1982 lief die Serie *Chako-chan, Ken-chan*, in der es um zwei Kinder in einer typischen japanischen Familie und deren Alltag geht, mit großem Erfolg. Außerdem waren Serien, die den schulischen Alltag thematisierten – wie z. B. *Chugakusei Nikki (Tagebuch einer Oberschule)* – sehr beliebt.

Seit den 1980er-Jahren haben sich die Traditionen des japanischen Kinderfernsehens fortgesetzt, wurden jedoch seit den 1990er-Jahren von zwei Entwicklungen stark beeinflusst: einerseits vom internationalen Erfolg von Animes und andererseits von der Entwicklung von Computerspielen, die im Produktverbund mit Mangas, Fernsehen, Film und Spielzeug vermarktet wurden. Insbesondere Science-Fiction-Serien wie *Akira*, basierend auf einem Manga und 1988 als Kinofilm realisiert, und *Kôkaku Kidôtai (Ghost in the Shell)*, ebenfalls auf einem Manga basierend und seit 1995 in drei Kinofilmen und zwei Fernsehserien adaptiert, machten den internationalen Erfolg möglich, auch weil sie in ihrer Ästhetik an westliche Science-Fiction-Traditionen anknüpften.

Für das Fernsehen als Serie produziert wurde *Shin Seiki Evangerion (Neon Genesis Evangelion)*, in der Jugendliche mit Kampfmaschinen, den sogenannten Evangelions, gegen Kreaturen kämpfen, die die Menschen angreifen. In *Doragonbôru (Dragonball)* sucht eine Gruppe von Freunden nach den Dragonballs und muss immer wieder Kämpfe bestehen und sich in Kampfsportturnieren beweisen. Starke Mädchenfiguren spielen in den Animes nach wie vor eine große Rolle. In den 1990er-Jahren kam auch in Deutschland (zunächst im ZDF, später auf RTL II) die Serie *Bishôjo Senshi Sêrâ Mûn (Sailor Moon, dt. Titel: Sailor Moon – Das Mädchen mit den Zauberkräften)* auf den Bildschirm, in der ein Mädchen als Kriegerin für Liebe und Gerechtigkeit kämpft und als Mondprinzessin die Erde beschützt.

Die Umsetzung von Computerspielen wie *Sûpâ Mario (Super Mario)* und *Poketto Monsutâ (Pokémon)* in Fernsehserien konnte eine internationale Vermarktung im Produktverbund aus Computerspiel, Fernsehserie, Manga und Spielzeug fördern – wobei *Pokémon* den weltweiten Erfolg von *Super Mario* noch übertraf. Im Juni 2000 war das Computerspiel weltweit 65 Mio. Mal verkauft worden, davon 22 Mio. Mal außerhalb Japans. Daneben konnten 4,2 Mrd. Sammelkarten (2,4 Mrd. außerhalb Japans) abgesetzt werden. Die Fernsehserie wurde in 51 Ländern ausgestrahlt, der Kinofilm in 33 Ländern gezeigt. Ganz zu schweigen vom massenhaften Verkauf von *Pokémon*-Figuren (vgl. Iwabuchi 2007, S. 30).

Schlussbemerkungen

Es sind vor allem die Animes, im Produktverbund vermarktet, die den Erfolg japanischer Serien in der übrigen Welt ausmachen. Sie handeln von starken Jungen und Mädchen, die sich im Kampf gegen das Böse beweisen müssen. Dabei spielen Verwandlungen eine wichtige Rolle. Wurde in der Frühzeit des japanischen Fernsehens zunächst auf die klassischen Legenden und Mythen der japanischen (Kinder-)Literatur zurückgegriffen, dienten in den 1970er-Jahren auch europäische Kinderliteratur und Märchen als Vorlagen. Seit Ende der 1980er-Jahre verstärkte sich der Trend zu Science-Fiction-Serien. Die Vielzahl japanischer Mangas bietet immer wieder eine willkommene Vorlage für Fernsehserien. Im Mittelpunkt der Serien des japanischen Kinderfernsehens stehen starke Helden, die allerdings im Verlauf der Serie eine Entwicklung durchmachen. Der internationale Erfolg, insbesondere der japanischen Animes, fällt mit der wachsenden Bedeutung von Video- und Computerspielen für Kinder zusammen und ist durch Aktivitäten der japanischen Außenhandelsorganisation stark gefördert worden. In Japan hat sich eine eigene Kultur des Erzählens im Kinderfernsehen entwickelt, die auch international erfolgreich ist – auch und gerade weil sie sich an lokalen Traditionen in den Heldenfiguren und Geschichten orientiert.

In der nächsten Ausgabe wird ausführlich auf die Figuren und Erzählweisen in den Animes eingegangen.

Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg und geschäftsführender Direktor des Erich Pommer Instituts.



Claudia Töpfer ist freiberufliche Medienwissenschaftlerin.

