

**Kerstin Eßer, Birgit Hollstein, Uwe Mattusch (Hg.):
Kinderfernsehen V. Anregungen für die Medienerziehung in der Schule**
Essen: Verlag Die Blaue Eule 1996 (Siegener Studien 57), 99 S.,
ISBN 3-89206-770-8, DM 24,-

Bedingt durch die Installierung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien seit den achtziger Jahren hätten sich Medienpädagogik respektive -didaktik als Basisdisziplinen in der sich konstituierenden 'Mediengesellschaft' etablieren müssen. In der veröffentlichten Meinung wurden zudem Forderungen insbesondere von politischen Mandats- und Entscheidungsträgern nach einer stärkeren Ausgestaltung medienpädagogischer Kompetenzen, Kapazitäten sowie Ressourcen laut. Vieles davon blieb bis heute Makulatur.

Das Sammelbändchen *Kinderfernsehen V*, herausgegeben von den Siegener Medienwissenschaftler(inne)n Kerstin Eßer, Birgit Hollstein und Uwe Mattusch, soll vor diesem Problemhintergrund am Beispiel des Fernsehens einige Anregungen für die Medienerziehung in Schule und Unterricht, vornehmlich für die Primar- (Klassen 1 bis 4) sowie für die Orientierungsstufe (Klassen 5 und 6), geben.

Mit Blick auf die Kommerzialisierung des TV-Marktes verschafft sich Silke Köser eine Übersicht über Form, Gestaltung und Anordnung der kindversierten Fernsehwerbung. Anhand der von den privatwirtschaftlichen Veranstaltern konzeptualisierten 'Programmflächen' (Zeichentrick und Werbung) für Kinder hebt Hans Dieter Erlinger gegenwärtige Veränderungen in der Zielgruppendefinition des Programmdesigns hervor. Ausgehend von der historischen Genese von Kinder-Game-shows und -Quizsendungen untersucht Dieter Schäfer Formen von Werbung in diesen Genres. Im Zusammenhang mit dem Trend zum Medien- und Produktverbund setzt sich Birgit Hollstein mit Magazinkonzepten von Clubsendungen auseinander und arbeitet deren Spezifika heraus. Am Beispiel des Zeichentrickfilms erläutert Kerstin Eßer Aspekte der Filmwahrnehmung sowie -gestaltung und zeigt, auf welche Weise Kinder für ihre eigenen visuellen Sinneseindrücke sensibilisiert werden können. Aufgrund der Bedeutung

des Sehnsinns widmet sich Uwe Mattusch einigen Konventionen des Bildverstehens und beschreibt die Informationsverarbeitung in Nachrichtensendungen.

Die vereinigten Beiträge vermögen den medialen Erfahrungs- sowie Erlebnishorizonten von Kindern Rechnung zu tragen, indem sie umsichtig aktuelle Tendenzen des (teil-)deregulierten Kinderfernsehens sowie dessen subtiles Vermarktungskalkül – sprich Konzeptwerbung, Programmflächen, Medien- und Produktverbund – zum Gegenstand ihrer Überlegungen machen. Des weiteren unterbreiten die Autorinnen und Autoren medienerzieherische Vorschläge zu Themen, die bislang nur unzureichend oder gar nicht im Unterricht gegenwärtig sind, wie beispielsweise Gameshows, Clubsendungen und Fernsehnachrichten. Nehmen sich die schulpraktischen Hinweise für die Primar- bzw. die Orientierungsstufe auch nicht in jedem Fall als neu aus, so zeigen diese sich insoweit als richtungsweisend, als daß sie hinsichtlich Werbung, Trickfilm sowie Fernsehnachrichten anwendbare didaktische Konzepte darstellen, die auch überzeugende Lernziele erkennen lassen. Insgesamt bietet der Sammelband wichtige Anregungen für eine sowohl kritisch-reflexive als auch für eine aktiv-produktive Einbeziehung des Kinderfernsehens in den Schulunterricht.

Christian Filk (Köln)