

**Helga Theunert, Bernd Schorb (Hg.): Begleiter der Kindheit.
Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder; erstellt im Auftrag der
Bayerischen Landeszentrale für neue Medien**

München: R. Fischer 1996 (BLM-Schriftenreihe, Bd. 37), 250 S.,
ISBN 3-88927-192-8, DM 39,-

In der Medienpädagogik bildet sich ganz allmählich ein neues Paradigma. Nicht mehr das „Verschwinden der Kindheit“, Warnung vor Gewalt und Polarisierung von Fernsehen und Lesen bestimmen die Diskussion, sondern behutsam baut sich ein Untersuchungsfeld auf, in dem die Kinder und nicht mehr die Ängste der Erwachsenen im Mittelpunkt stehen. Im Kontext dieses Wandels stehen die Arbeiten von Schorb und Theunert. Und so enthält auch dieses Buch Bausteine zum Verständnis dessen, was Kinder heute mit dem Fernsehen erleben und wie sie seine Angebote auf ihre Lebenssituation beziehen. Die Herausgeber und Verfasser stellen sich in die Tradition einer Pädagogik, die Kinder bei ihrem Umgang mit den Medien schon immer ohne die Scheuklappen kulturkritischer Besserwisserie wahrgenommen hat: Sie schließen an die Vorarbeiten von Rogge, Bachmair, Lenssen, Aufenanger, Charlton und Neumann(-Braun), die die entsprechenden Schneisen ins Dickicht der Vorurteile geschlagen haben, an.

Kinder „erleben“ Fernsehen. Und die Sendungen, die sie zuallererst als für sie gemacht empfinden, sind Zeichentrickproduktionen: „Bezogen auf unsere Zielgruppe, Kinder, gehen wir von der Basisannahme aus, daß Kinder Medien aktiv rezipieren in dem Sinne, daß sie Programme nach inhaltlichen Kriterien auswählen und die medialen Botschaften im Kontext ihrer Handlungsmöglichkeiten nutzen. Kinder sind in diesem Sinne keine 'bewußtlosen' Konsumenten von Fernsehprogrammen, sondern greifen im Kontext ihres handlungsleitenden Interesses auf bestimmte Programmangebote und – vor allem – innerhalb dieser Angebote auf bestimmte Inhalte zu.“ (S.216)

Von hier aus werden „Fragestellungen des ‚kontextuellen Verstehens‘“ (S.216) abgeleitet: 1. Wie sieht der Prozeß der Aneignung und Verarbeitung von Medien aus; 2. Von welchen Faktoren wird die Aneignung und Verarbeitung der Subjekte bestimmt; 3. In welcher Beziehung stehen die medialen Angebote zum Prozeß der Aneignung? (ebd.)

Die Ergebnisse, die im Band präsentiert werden, bestätigen die These vom kontextuellen Verstehen. Aufgrund der gewählten methodischen Wege qualitativer Exploration wird deutlich, daß und wie sich Kinder mit Medienangeboten aktiv auseinandersetzen. Vor allem zwei Ergebniskomplexe scheinen mir bemerkenswert. Zum einen belegt die Studie in vielen Details, wie verschieden Mädchen und Jungen Medienbotschaften in ihr Rollenverständnis und ihr Sozialisationsprofil integrieren. Zum anderen ergibt sich als versachlichender Beitrag zur Gewaltdebatte, daß Kinder „die in den Cartoons angebotenen gewaltsamen Lösungsstrategien [...] als dramaturgische Elemente“ akzeptieren (S.213), sie andererseits mehrheitlich jedoch für ihr eigenes Handeln ablehnen. Zwar sind die Mädchen Cartoongewalt gegenüber sensibler, insgesamt aber gilt: „Die in den Cartoons präsentierten Konfliktlösungen sieht die Mehrheit der Kinder für sich selbst jedoch nicht als tragfähig an. Nur wenige Jungen im Grundschulalter sind auch in der Wirklichkeit bestrebt, Konflikte mit Handgreiflichkeiten beizulegen und beanspruchen dafür auch das in Cartoonserien propagierte Notwehrmotiv. Die meisten Anhänger harter Cartoon-Konfliktbewältigung ziehen solche Strategien nur in ihren Omnipotenz- und Machtphantasien in Betracht.“ (S.213)

Ein großer Teil der Untersuchung bezieht sich auf das Problem „Leitbilder für die Kinder“. Drei Fragekreise gelten Leitbildangeboten für „kleine Kinder“ ohne Geschlechtsspezifität und, ab dem Schulalter, für Mädchen und Jungen. Für die Jungen werden sechs, für die Mädchen fünf Leitbilder „extrahiert“ bzw. „konturiert“ (S.179ff. bzw. 158ff.). Leider erfährt man nicht, was heutige Theorien zur kindlichen Personenentwicklung über solche Leitbildorientierungen von Kindern sagen. Vergegenwärtigt man sich bestimmte Szenen in der Öffentlichkeit, so könnte man die Chancen „der Schönheit“ oder „der Braut“ im Zeichentrick gegenüber denen der *Take That*-Sänger oder der *Back Street Boys* bei Mädchen eher gering einschätzen. Und wenn die Jungen sich als „einsame Wölfe“ fühlen, mag das eher mit Schwarzenegger als mit *He-Man* zusammenhängen. Es könnte sein, daß die Studie die prägende Potenz des Zeichentricks überbewertet, der ja nur einen Sektor des symbolischen Kosmos ausmacht, in dem unsere Kinder leben.

Das Buch ist anregend in seiner Mischung aus Zitaten von Kinderäußerungen und wissenschaftlicher Darstellung. Es bietet eine Menge Befunde und Details zu Fragen, die das Hereinwachsen der Kinder in die Mediengesellschaft betreffen. Man darf auf weitere Untersuchungen in dieser Richtung gespannt sein.

Hans Dieter Erlinger (Siegen)