

**Uwe Mattusch, Kerstin Eßer (Hg.): Kinderfernsehen IV. Kinder- und Jugendfernsehen im Umbruch**

Essen: Die Blaue Eule 1993 (Siegener Studien Bd.52), 158 S., DM 39,-

Dieser Band berichtet in fünf Beiträgen aus dem DFG-Projekt "Geschichte, Formen und Funktionen des Fernsehens für Kinder und Jugendliche in der Bundesrepublik Deutschland", das seit 1989 in Siegen bearbeitet wird "im Sonderforschungsbereich 240 der Deutschen Forschungsgemeinschaft zur Programm[sic!]geschichte des Fernsehens in der Bundesrepublik" (S.157). Autoren und/oder Verlag verlassen sich völlig auf Computer, denn einem persönlichen Korrekturleser wäre eine Trennweise aufgefallen wie "Tricke-" als Zeilenende und "lemente" als Anfang der nächsten Zeile (s.S.92).

Publikation von Forschungsergebnissen erfordert Präzision, von der Wortwahl bis zur Dokumentation. Die Herausgeber weisen zwar im Vorwort ausdrücklich auf vielerlei "Grenzverwischungen" zwischen Kinder- und Jugendprogramm, zwischen einzelnen Genres, zwischen Werbung und Programm, aber nirgends auf die unterschiedlichen Sehgewohnheiten der Kinder in Ost und West (vgl. *medienwissenschaft: rezensionen* 3/1992, S.346!). So fehlt jeder Hinweis auf die "Grenzverwischungen", in denen sich die Kinder in den neuen Bundesländern zurechtfinden sollen.

Besonders Erlinger sieht "Gegenwart" primär retrospektiv. Lediglich am Ende seines Beitrags über erzählende Genres geht er auf die "erste Spielseerie [...], die diesen Namen wirklich verdient", ein: *Janna*, "eine polnisch-deutsch[sic!] Koproduktion" (S.118). Als Ergebnis des Vergleichs der Einstellungslängen aus Filmen seit 1959 stellt Erlinger einen Trend zur kürzeren Einstellung, zum "schnellen Erzählen" fest und faßt salomonisch zusammen: "Ob dieser Trend sich fortsetzt, ist eine offene Frage" (S.120). Immerhin schreibt Erlinger wirklichkeitsgetreu, daß das Kinderfernsehen deshalb nach neuen Erzählformen "sucht", weil es durch die private Konkurrenz seine "größte Herausforderung" (S.120) erfährt. ♣

Seltsam berührt es den Leser, wenn er feststellt, daß Erlinger als erste von mehreren Seiten "Übersicht über die besprochenen [sic!] Erzählproduktionen" (S.122) seinem Aufsatz eine Liste von zweiundzwanzig Trenker-Filmen, jeweils mit Sendedatum und Uhrzeit, beifügt, obwohl er zuvor

schreibt, daß er keine einzige dieser Sendungen sehen konnte und deshalb "eine Produktion aus dem Jahr 1962 analysiert" hat, "die im Typus auch die Trenker-Erzählungen des Kinderprogramms repräsentieren dürfte" (S.104) - eine Vermutung im Konjunktiv II, die nicht bewiesen ist. Parallel dazu klammert Erlinger die bei Kindern gut ankommenden Puppentrickfilme und damit etwa die äußerst beliebte *Augsburger Puppenkiste*, die nicht vom ZDF kommt, aus, obwohl er auf derselben Seite erwähnt, daß Puppenspiel schon in den fünfziger und sechziger Jahren unter den Präsentationsformen auf Platz 1 zu finden ist, "nach statistischer Häufigkeit geordnet" (S.103).

Im zentralen Beitrag behandelt Kerstin Eßer, wiederum beginnend bei den fünfziger Jahren, "Probleme der Transformation von Bilderbucherzählungen in Fernsehgeschichten" in drei Phasen. Nach zunächst "freundlich-belanglosen", dann "problemorientierten" Inhalten der siebziger Jahre, dominieren seit Mitte der achtziger Jahre "unterhaltsame und informative Inhalte" (S.57). Der gründlich erarbeitete und didaktisch geschickt präsentierte Bericht mit Zusammenfassungen nach jeder Phase endet mit einem "Lexikon der verwendeten Begriffe"(S.94ff.).

Realistisch stellt Uwe Mattusch im Bericht über das Jugendprogramm, klar, daß es für ein gutes Jugendprogramm keine Rezepte gibt und keine geben wird (s.S.54) und daß bei Jugendlichen unterhaltungsorientierte Nutzung dominiert (s.S.51), was ja in der von den Erwachsenen aufgebauten deutschen "Spaß"-Welt nicht verwundert. Demgegenüber endet Erlinger in der Wunschwelt, wenn er im letzten Satz formuliert, es wäre von Vorteil, wenn "der Geschichte der Erzählkultur für Kinder weitere Kapitel hinzugefügt werden könnten" (S.121). Solche neuen Kapitel scheinen von Werbefirmen bereits geschrieben zu sein. Ute Holdenried und Udo Mattusch beschreiben im Beitrag "Audiovisuelle Gestaltungsmittel in Werbespots" begeistert und kenntnisreich visuelle und musikalische Arrangements der Werbeleute für die Puppe Barbie, für Smacks und vor allem für Smarties: "ein wahres Feuerwerk an Ideen" (S.148). Die Hypothese allerdings, der Werberahmen würde die eigentliche Kindersendung zur Nebensache machen, belegen sie ausnahmslos mit Beispielen des Senders TELE 5, der zumindest in Nordrhein-Westfalen bereits vom Bildschirm verschwunden ist. Immerhin ist die sprachliche Leistung von Holdenried / Mattusch ungeheuer, gelingt es ihnen doch, im Druckmedium, das nur verbale Symbole zuläßt, die Verbindung von Text, Musik und Bewegung in den Spielszenen, Computeranimation bis hin zur "Ästhetik der virtuellen Realitäten" (S.146) einigermaßen adäquat darzustellen.

Ottmar Hertkorn (Paderborn)