

**Ingrid Paus-Haase:**

Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten in Kindergarten, Peer-Group und Kinderfreundschaften. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998. 58,00 DM, 322 Seiten mit 1 Abb. und 6 Tab.

Heldenbilder im Fernsehen

Prüfern der FSF und der FSK ist in der Regel die Tatsache bekannt, daß Kinder in Filmen und in Fernsehsendungen nach Personen suchen, mit denen sie sich identifizieren können. Das Vorhandensein solcher Figuren beeinflusst manche Prüfentscheidung nicht unwesentlich. In der Medienwissenschaft ist unumstritten, daß sich Kinder und Jugendliche in den Medien ihre Heldenbilder suchen, und zahlreiche Untersuchungen haben gezeigt, daß es vor allem starke Helden sind, die vor allem die Jugendlichen beeindruckten. Die Identifikation mit Medienhelden und -heldinnen ist nun aber kein böser Schachzug der Medien, sondern ist in den Bedürfnissen der Kinder und Jugendlichen, die sie in der Zeit des Aufwachsens ausbilden, begründet. Helden und Heldinnen aus dem Fernsehen oder von Hörkassetten und anderen Medien thematisieren oft typische Konflikte des Aufwachsens, „sie bieten sich Kindern zur Bewältigung ihrer Entwicklungsaufgaben an“ (S. 15). Kinder setzen sich anhand der Medienhelden und -heldinnen sowohl mit ihrem eigenen Selbstbild als auch mit den Anforderungen ihrer sozialen Umgebung auseinander. Das Leben als Kind ist schon gar nicht einfach. Die lieben Kleinen sind vielfältigen Anforderungen ausgesetzt, die sie zu meistern suchen: „Die Ambivalenz von Stärke und Schwäche, Größe und Kleinheit, von Allmacht und Ohnmacht gewinnt insbesondere in der Sozialisation von Kindern zentrale Bedeutung. Sie benötigen in besonderer Weise Vorbilder und Orientierungshilfen. Kinder verlangen nach attraktiven Helden, die sie – virtuell – an die

Hand nehmen und ihnen einen Weg weisen durch die Schwierigkeiten des Identitätsaufbaus“ (S. 14f.). Im Mittelpunkt des Kinderinteresses stehen Fernsehhelden und -heldinnen vor allem aus den Serien und Reihen, „sie genießen eine hohe emotionale Zuwendung seitens der jungen Zuschauer“ (S. 17). Mit diesen Serienhelden und -heldinnen hat sich die Autorin in ihrer Untersuchung auseinandergesetzt. Im Zentrum stehen dabei nicht die Medienfiguren selbst, sondern die Kinder und wie diese die Figuren in ihr Leben und ihren Alltag integrieren. Es geht also im wesentlichen um die Funktionen, die Medienhelden und -heldinnen für die lieben Kleinen haben.

Nachdem die Autorin zunächst das Bedeutungsangebot in den Fernsehfavoriten der Kinder anhand verschiedener Studien dargestellt hat, beschäftigt sie sich in ihrem Hauptteil mit der Befragung von Kindern und Eltern bzw. Erziehern in zwei Kindergärten (einem in einer dörflichen Umgebung in den alten Bundesländern mit 75 Kindern und einem in einer mittleren Stadt in den neuen Bundesländern mit 30 Kindern). Insgesamt 20 Kinder (14 aus dem Westen und 6 aus dem Osten) wurden dann genauer befragt und beobachtet. Die Kinder verfügten über breite Medienkenntnisse und waren in Peer-Groups, in Freundschaftsgruppen von Gleichaltrigen im Kindergarten eingebunden. Das jüngste Kind, ein Mädchen im Osten, gehörte zur Altersgruppe dreieinhalb bis vier Jahre, in der Altersgruppe fünfeinhalb bis sechs Jahre fanden sich insgesamt acht Kinder. Die Auswertung der Untersuchung ergab dann, daß die Kinder vor allem Zeichentrickprogramme bevorzugten. Dane-

ben spielen Actionserien wie die *Power Rangers* und *Bat Man* eine große Rolle. Sendungen der öffentlich-rechtlichen Sender wie *Sesamstraße* und die *Sendung mit der Maus* spielen nur bei den Kindern im Kindergarten/West eine Rolle. Die Actionserien sind nur bei den Jungen beliebt, allerdings gibt es hier Ausnahmen. Die Autorin schreibt zur Vorliebe der Jungen für Actionhelden wie den *Power Rangers* und anderen: „Alle diese Angebote kreisen um das Thema ‚Überwinden von Gefahr mit Hilfe von Superkräften‘; lediglich der Figur des ‚Robin Hood‘ scheint es an übernatürlichen Kräften zu mangeln, er zeichnet sich dafür jedoch durch Intelligenz und Cleverneß aus“ (S. 185). Die Mädchen stehen mehr auf „niedliche“ Figuren. Zu ihren Favoritinnen zählt die Cartoonfigur *Arielle* sowie die weiblichen Figuren aus der Soap *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*. Aber die Mädchen verlangen auch nach starken Heldinnen wie *Pippi Langstrumpf*. Die Trennungslinie der Favoritenwahl zwischen den Geschlechtern ist sehr strikt, wie die Autorin festgestellt hat: „Die Film- und Fernsehfavoriten der Mädchen werden von den Jungen kaum beachtet oder sogar abgelehnt, während die Mädchen den Favoriten der Jungen zumeist den Rücken kehren“ (S. 186).

Nach diesen allgemeinen Ergebnissen stellt die Autorin ihre 20 Fallbeispiele sehr ausführlich dar. Die Leser/-innen erfahren dabei nicht nur etwas über die Medienvorlieben und die Mediennutzung der einzelnen Kinder, sondern auch über deren familiären und sozialen Hintergrund. Die Lektüre dieser Fallbeispiele ist äußerst aufschluß-

reich, zeigt sich hier doch deutlich, welche Zusammenhänge zwischen dem Alltag der Kinder, ihren sozialen und familiären Bindungen und ihrem Medienkonsum sowie ihren Vorlieben bestehen. Aus ihren Ergebnissen kristallisiert die Autorin dann insgesamt zehn kindliche Medienhandlungstypen heraus, die sie drei Funktionen zuordnet. Zur ersten Funktion, „Medieninhalte als Script – Raum für unausgelebte Teile der Persönlichkeit“, zählt sie fünf Typen: Inszenierung von Stärke- bzw. Überlegenheitsphantasien, Inszenierung von Beschützerphantasien, Projektion von Helferphantasien, Projektion von inneren und äußeren Konflikten und Projektion von Fluchtphantasien. Während die Projektion von Helferphantasien vorwiegend bei älteren Mädchen vorkommt, werden Beschützerphantasien ausschließlich von Jungen inszeniert. Der soziale Hintergrund dieser Mädchen ist dadurch gekennzeichnet, daß sie sich in ihrer Familie oder der Kindergartengruppe in einer Helferrolle sehen und versuchen, sich für andere einzusetzen. Ihre Medienhelden sind vor allem weibliche, reale Figuren, z. B. aus der *Sesamstraße* sowie *Bibi Blocksberg* und *Chip und Chat*. Die beschützenden Jungen sehen sich oder die eigene Familie von außen bedroht und äußern den Wunsch, Angehörige zu beschützen oder setzen sich konkret für sie ein. Ihre Helden sind *Prinz Artus*, *Robin Hood* und *Zorro*. Dabei handelt es sich durchweg um Figuren, die stark sind und anderen aus der Gefahr helfen. Zur Gruppe der Kinder, die Fluchtphantasien entwickeln, gehören vor allem solche Kinder beiderlei Geschlechts, die „in einem über-

durchschnittlichen Maße sozialem Druck ausgesetzt sind“ (S. 253). Durch die Verbindung von sozialem Hintergrund, Medienvorlieben, Verarbeitungsweisen der Medieninhalte und den Funktionen wird mehr als deutlich, wie sehr der kindliche Medienkonsum in den alltäglichen Sorgen, Konflikten und Problemen der Kinder verankert ist.

Eine zweite Funktion, die die Autorin benennt, ist der Einsatz von Medieninhalten zur Regulierung von Beziehungen. Da die verbale Ausdrucksfähigkeit der Kinder noch stark begrenzt ist, greifen sie auf allgemein bekannte Symbole und Figuren aus den Medien zurück, um sich mit anderen zu verständigen. Die gemeinsame Begeisterung für Medienangebote eröffnet „den Kindern die Möglichkeit, harmonische Situationen herzustellen, beispielsweise durch Gespräche über die betreffenden Inhalte, über gemeinsames Spiel oder über den Austausch von medienbezogenem Spielzeug“ (S. 255). Unter diese Funktion fallen drei Handlungstypen: Bekräftigung einer überlegenen Position, wobei Mädchen eher eine dominante Position in Freundschaftsbeziehungen einnehmen und Jungen in einer Peer-Group; Stabilisierung einer ungleichen Beziehung, in der sich vor allem Jungen um einen höher positionierten Spielpartner bemühen; schließlich die Harmonisierung einer konfliktträchtigen Beziehung, die vorwiegend Jungen betreiben, um ein ausgeglichenes Kräfteverhältnis in der Beziehung herzustellen. Die dritte Funktion nennt die Autorin „Medieninhalte als Realitätsverlängerung“. Hier werden die Medien von den Kindern zur Er-

weiterung der eigenen Handlungsmöglichkeiten genutzt, „um unerfüllte Bedürfnisse zu befriedigen“ (S. 259). Hierzu zählen zwei Handlungstypen, die vorwiegend bei Mädchen vorkommen. Medienfiguren dienen hier einerseits als „Ersatz für fehlende Beziehungen“ bei Kindern, die sich in ihrer Familie oder in der Kindergartengruppe isoliert fühlen und Verlassensängste haben, andererseits dienen Medienfiguren auch als „Ersatz für (noch) nicht gelebte Erfahrungen“, um ein Bedürfnis nach sozialem Lernen zu befriedigen. Es sollte noch darauf hingewiesen werden, daß nicht einzelne Kinder einem Handlungstyp zugeordnet werden können, sondern daß „bei allen Kindern mehrere Typen von Medienhandlungsweisen beobachtet wurden“ (S. 265). Insgesamt zeigte sich, daß „die Kinder bei bestimmten sozialen Hintergründen auf ‚passende‘ Medienhandlungsweisen zurückgreifen“ (S. 266f.), um mit den Medienfiguren ihre Entwicklungsaufgaben und die psychischen Anforderungen, denen sie ausgesetzt sind, zu bewältigen. Dabei sind deutliche Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen zu beobachten: „So übertragen Jungen eher innere und äußere Realität auf virtuelle Hintergründe, während Mädchen umgekehrt versuchen, die virtuellen Welten in ihre eigene Realität einzuweben“ (S. 266). Kinder nutzen Medienhelden und -heldinnen, um sich unter Gleichaltrigen auszuprobieren und sich in der sozialen Welt zu verorten.

Die Studie von Paus-Haase macht unter anderem dank der ausführlichen Darstellung der Fallbeispiele deutlich, wie komplex und vielfältig das Medien-

handeln der Kinder ist. Zugleich wird deutlich, wie sich die Vorlieben für Medienfiguren aufgrund der alltäglichen Erfahrungen der Kinder in Familie und Kindergarten entwickeln. Die gleichen Medienfiguren können für Kinder teilweise unterschiedliche Funktionen haben. Das macht gerade die Bewertung von Identifikationsangeboten in der Prüfpraxis nicht einfach. Das Buch kann aber allen uneingeschränkt empfohlen werden, die sich mit dem kindlichen Alltag und daraus resultierenden Bedürfnissen und Medienvorlieben beschäftigen wollen oder müssen. Aha-Erlebnisse sind garantiert.

Lothar Mikos

Die Debatte um den V-Chip in Nordamerika

Seit in den Vereinigten Staaten die Debatte um den sogenannten V-Chip (V steht für Violence) losgetreten wurde, wird bei den Diskussionen um wirksamen Jugendschutz im Fernsehen in Deutschland zwar nicht direkt nach Amerika geschickt, aber im Hinterkopf haben technische Lösungen einen festen Platz. Die Kindersperre in der d-box des Digitalen Fernsehens ist ja bereits untersucht worden. Mit Hilfe dieser Sperre können z. B. Eltern bestimmte Sendungen oder Kanäle für ihre lieben Kleinen unzugänglich machen. Ob sie das tatsächlich tun, ist eine andere Sache und umstrittene Frage.

Der V-Chip funktioniert anders. Wie J. M. Balkin treffend formuliert, ist der V-Chip „nicht einfach nur ein einzelner Chip, sondern eine Kombination von verschiedenen Technologien“ (S. 59). Erstens werden zusammen mit dem Fernsehsignal nicht nur Bild und Ton, sondern auch weitere Informationen übertragen. Zweitens kann eine elektronische Schaltung in einer TV- oder Kabel-Box so gestaltet werden, daß bestimmte Programme aufgrund eines numerischen Codes geblockt werden. Drittens können die Nutzer mit Hilfe ihrer Fernbedienung aus einem Menü auswählen, wieviel Gewalt, Sex, Nacktheit und üble Ausdrücke („bad language“) sie tolerieren wollen. Für die Programme ist viertens ein Rating-System notwendig. Wenn ein Programm gesendet wird, bei dem der V-Chip nun ein Rating findet, das die vom Nutzer festgelegten Standards überschreitet oder ihnen entspricht, wird das Bild von einer großen schwarzen Box ersetzt. Außer-

dem kann der Ton gesperrt werden, wenn es sich um sogenannte „bad language“ handelt. In Deutschland wird das Überbiepen von vulgärer Sprache ja bereits seit der Verabschiedung des Verhaltenskodex für Talkshows in den entsprechenden Sendungen praktiziert. Allerdings ist hier der ausstrahlende Sender verantwortlich und nicht ein V-Chip, bei dem ein Rating-System erst zusammen mit den Standards der Nutzer seine Wirkung entfalten kann. Das verweist bereits auf Probleme, die auch in den USA heftig diskutiert wurden: Die Frage, wer denn aufgrund welcher Kriterien welche Sendungen welchen Ratings zuordnet, genau wie die Frage nach der Kompetenz der Nutzer, Standards festzulegen. Mechanismen der Filterung sind, wie J. M. Balkin anmerkt, „keine neutralen Mittel der Organisation, Sperre und Selektion“ (S. 78). Der V-Chip wird so zu einer politischen und ideologischen Frage, und er wird sich auf vielfältige Weise auf die Entwicklung der Kultur und die Produktion von Fernsehsendungen auswirken.

Aber der Reihe nach. In den Vereinigten Staaten wird seit 1996 intensiv über den Einsatz des V-Chip diskutiert. Das liegt daran, daß der *Telecommunications Act* von 1996, der in dem vorliegenden Buch mit den entsprechenden Passagen dokumentiert ist, den V-Chip ab 1998 verbindlich für Fernsehgeräte vorschreibt. Da die Manuskripte für dieses Buch bereits 1997 abgeschlossen wurden, ist die konkrete Praxis des V-Chip noch nicht berücksichtigt. Dafür ist der Weg zu dieser technischen Möglichkeit des Jugendschutzes genau nachgezeichnet und die Debatte um seine Vor-