

Kalle Fürst

Der nordische Blick auf Qualität

Im Bereich des Kinderfernsehens geht Norwegen ganz eigene Wege: Anstatt sich auf die Produkte der international operierenden Kindersender zu verlassen, wird Wert auf eigene Produktionen gelegt – um die nationale Identität der Kinder zu stärken und um sie sprachlich und kulturell zu verwurzeln.

Programme für Kinder müssen nach unserer Überzeugung Fantasie und Neugierde, Empathie und Toleranz stimulieren und entwickeln. Thematik und Formsprache sollen engagiert, unterhaltend und sinnvoll sein. Die Kinder sollen dazu angeregt werden, den Programminhalt in ihren Alltag und ihr Spiel zu integrieren, und wir müssen umgekehrt den Kinderalltag zum Gegenstand der Programme machen. Dabei geht es um Wiedererkennung, Identifizierung und positive Selbstbestätigung. In einer globalen Medienwelt ist es auch wichtig, den eigenen kulturellen Hintergrund zu berücksichtigen, um ein Verständnis der eigenen Kultur auszubilden, Neuerungen annehmen zu können sowie Akzeptanz und Respekt gegenüber anderen Kulturen und Religionen zu entwickeln. Dies ist nicht zuletzt in einer Zeit mit großen kulturell und religiös begründeten Konflikten wichtig. Je kleiner ein Sprach- und Kulturgebiet, desto wichtiger ist dieser Aspekt. Das, was wir den Kindern an Sendungen aus nationaler Produktion anbieten, trägt zur Stärkung ihrer Identität sowie zur sprachlichen und kulturellen Verankerung bei. In Nordeuropa und Norwegen hatten Kinderprogramme schon immer hohe Priorität.

Klassiker *Barne-TV*

Das Kinderprogramm *Barne-TV* ist die einzige Sendung bei NRK1, die ihren Ausstrahlungszeitpunkt nie geändert hat. Sie beginnt um 18.00 Uhr – wenn der eine Zeiger der Uhr gerade nach oben und der andere gerade nach unten zeigt. So eingängig ist dieser Zeitpunkt, dass die Nachrichten seit jeher Interesse an ihm hatten. Aber bei uns ist das Kinderprogramm immer noch da, auch nach 50 Jahren! Zu einer zentralen (Sende-)Zeit, zu der sich oft die ganze Familie einfindet – denn in Norwegen sehen viele Kinder und Eltern die Kindersendungen zusammen an. Wir haben einen Marktanteil von ca. 90 bis 95 % in der Altersgruppe 3 bis 11 Jahre und zwischen 40 und 50 % in der Altersgruppe 30 bis 40 Jahre – also bei den Eltern.

Auf dieses Ergebnis sind wir stolz, denn die Konkurrenz der kommerziellen und internationalen Kinderkanäle ist bei uns genauso groß wie in allen anderen Ländern!

Bei NRK begannen die Kinderprogramme mit erwachsenen Moderatoren, die Kinderrollen spielten – oft mit Puppen als Mitspieler. Nach und nach begannen wir, Kinder und Jugendliche in die Sendungen zu holen – zuerst bei den Sendungen für Schulkinder, als Schauspieler und Moderatoren, und schließlich auch bei den Sendungen für die Aller kleinsten, erst als Schauspieler in einer Drama-Serie und jetzt auch als Moderatoren in der *Children's Supershow*.

Die *Children's Supershow* ist ein Kinderprogramm für die Altersgruppe 3 bis 9 Jahre, das samstags von 18.00 bis 18.30 Uhr auf NRK1 gezeigt wird. Es hat viele Preise gewonnen, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene: den Japan Prize, den Nordischen Kinderfernsehpreis »Gullruten i Norge« und den 2. Platz beim Prix Jeunesse 2004.

Diese Sendung spiegelt die Ideologie, die hinter den Kinderprogrammen des NRK steckt, wider: Mit der *Children's Supershow* haben wir ver-



Barnas Supershow (Children's Supershow)

sucht, eine Samstagsshow zu kreieren, in der Kinder ernst genommen werden – auf humoristische Art. Wir glauben, dass es wichtig ist, Kindern Präsenz in den Medien zu geben. Sichtbar zu sein heißt vorhanden zu sein. Gefragt zu werden heißt, dass man wichtig ist. In den Medien präsent zu sein heißt, einen Platz in der Gesellschaft zu haben.

Zwischen Kindern und Erwachsenen gibt es eine Art Machtbalance. Diese hat sich Stück für Stück geändert: von den stets bestimmenden und alle Regeln aufstellenden Erwachsenen hin zu immer größeren Einflussmöglichkeiten der Kinder. Den Kindern soll

die Gelegenheit gegeben werden, so viel wie möglich selbst zu meistern! Indem wir zeigen, dass Kinder dies können, ermuntern wir auch andere Kinder, das Gleiche zu tun und sich selbst auszuprobieren. Unsere Sendungen sollen Werkstätten des Selbstbewusstseins und des Selbstwertgefühls sein.

Das Leben und die Bedingungen des Heranwachsens von Kindern haben sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts stark geändert. Der Alltag für norwegische Kinder sieht im Jahr 2006 anders aus als 1960. Einrichtungen wie Kindergarten und Schule prägen den Alltag der Kinder in viel höherem Maße als früher. Kinder leben in anderen Familienformen als vor 50 Jahren. Das Konzept von Kindheit variiert in verschiedenen Kulturen und verschiedenen historischen Epochen. Die Wissenschaft zeigt auf, wie sich die Auffassung von Kindern und Kindheit verändert hat, vom romantischen Bild des Kindes als unschuldiges, verletzliches Wesen, das ein großes Maß an Schutz benötigt, zum Kind als von Natur aus kompetenter und hoch entwickelter Mensch.

Von »human becomings« zu »human beings«

Der größte Unterschied zwischen dem traditionellen und dem neuen Verständnis von Kindern wird durch die beiden unterschiedlichen Begriffe »human becomings« und »human beings« auf den Punkt gebracht: Kinder als »human becomings« beinhalten die Vorstellung von Kindern als passive Empfänger und von der Kindheit als Vorbereitungsphase auf das Erwachsenenleben. Kinder als »human beings« heißt, Kinder als selbstständige Akteure mit eigenem Wert anzusehen. Dies bedeutet, Kinder als soziale Akteure zu begreifen, als aktive, kulturschaffende Subjekte ihres eigenen Lebens. Sie haben Rechte, die nicht nur das Erlernen von De-

mokratie beinhalten, sondern auch Teilnahme an ihr. Kinder haben heute als meinungsbildende Subjekte einen höheren Status und sind unabhängiger und selbstständiger. Kinder als »human beings« werden als Individuen betrachtet, die bereits einen vollwertigen Status haben. Dies ist die Vorstellung von Kindern, auf der wir aufbauen, wenn wir beim NRK Kinderprogramm machen.

Wir möchten die Kinder ins Zentrum rücken. Sie sind Moderatoren, Schauspieler und Sänger – und sie kommen mit Vorschlägen, welche Themen behandelt werden sollen und wie dies zu machen sei. Allerdings schreibt unser Erwachsenenstab die Drehbücher und Skripte und führt Regie. Jede Sendung hat ihr eigenes Thema. Dies können Themen sein wie »Angst haben«, »befreundet sein«, »das Leben früher« oder »Väter« und »Mütter«.

Die Lernziele der *Children's Super-show* konzentrieren sich auf Sozialisierung – die Entwicklung von Selbstbewusstsein und die Fähigkeit zur Zusammenarbeit. In Schlüssel-szenen tauschen Erwachsene und Kinder ihre Rollen – die Kinder dirigieren die Erwachsenen in Familiensituationen, die normalerweise ein Zusammenspiel zwischen Erwachsenen und Kindern beinhalten. Die Sendungen zeigen spielfreudige Kinder im Zusammenspiel mit spielfreudigen Erwachsenen.

Auch die multikulturelle Perspektive bekam bei der Entwicklung der Programme einen zentralen Platz. Norwegen ist auf dem Weg zu einer multikulturellen Gesellschaft. Dies ist vor allem in den Großstädten sichtbar, und besonders bei der jüngeren Generation. In der Hauptstadt Oslo haben etwa ein Drittel aller Neugeborenen einen Migrationshintergrund – es ist wichtig, dies in unseren Programmen sichtbar zu machen.

Unsere Priorität ist es also, lieber Zeit und Geld einzusetzen, um diese Art von Programmen zu machen, als auf internationale Animationserfolge zu-

rückzugreifen und diese in unsere eigene Sprache zu übersetzen. Die vier internationalen Kindersender Fox, Cartoon, Disney und Nickelodeon etablieren sich auf der ganzen Welt mit enormen Archiven, aus denen sie ihre Sendungen zusammenstellen können, ohne dass dies viel kostet. Sie verkaufen zu ihren Programmen Produkte, für die sie bei den Kindern Werbung machen – wobei alle Gewinne als Ertrag an die Eigentümer zurückfließen oder in neue Programme investiert werden. Diese Sender werden zur größten Gefahr für die Produktion nationaler Kindersendungen – und für den Prozess der kulturellen Identifikation bei den Kindern. Auch die neuen Technologien stellen uns vor viele Herausforderungen. Das Einzige, was sicher ist, ist die Tatsache, dass sich die Medienlandschaft in den nächsten fünf Jahren radikal ändern wird. In der Mediensituation, in der wir uns heute befinden, ist es enorm wichtig, eine nationale Fernsehkultur von hoher Qualität zu entwickeln, die eine Alternative zur internationalen, kommerziellen Fernsehkultur darstellt.

In diesem Zusammenhang ist es besonders entscheidend, dass Programme für Kinder und Jugendliche zur Verfügung stehen, die ihre Wirklichkeit reflektieren, die Themen aus ihrem Alltag behandeln, ihnen ihren eigenen kulturellen Hintergrund vermitteln, sich in ihrer eigenen Sprache an sie wenden und ihnen in einer internationalen Medienwelt ihre eigene nationale Identität vermitteln. Wenn die Kinder sich selbst kennen, entwickelt sich die Fähigkeit des Wiedererkennens – und somit des Verstehens der sie umgebenden, großen und komplexen Welt von heute. ■

DER AUTOR

Kalle Furst ist Leiter der Kinder- und Jugendabteilung Fernsehen bei Norsk Rikskringkasting (NRK), Oslo, Norwegen.