

Von Struwwelpeter, Pippi Langstrumpf, Biene Maja und Co.

UNSER BILD VON KINDERN UND KINDHEIT IM SPIEGEL DER KINDERMEDIEN

Burkhard Fuhs

Kindermedien sind eine Erfolgsgeschichte: Elemente einer Kindermedienkultur lassen sich in frühere Jahrhunderte zurückverfolgen und Märchenstoffe werden noch heute in globalisierten und auch lokalen Formaten, oft im TV, bearbeitet. Es gilt, das Spannungsfeld zwischen einer von Kindern selbst gesteuerten Aneignung und einem von Erwachsenen kontrollierten »Lernprojekt mit Medien« zu beachten.

Medien haben Kindheit verändert. Wir sehen nicht selten auf den Wandel der Kindheit durch die Brille der Kindermedien. Medien haben neue Kindheiten entstehen lassen, und der Wandel der Medien hat immer wieder zu Befürchtungen geführt, die Kinder könnten Schaden nehmen oder die Kindheit könne gar ganz verschwinden. Kaum ein Aspekt von Kindheit ist so eng mit der Vorstellung von Segen und Fluch verbunden wie die Medien, die Kinder nutzen, nutzen sollen oder nicht nutzen dürfen. Seit über 500 Jahren ist das Aufkommen neuer Medien stets mit einer speziellen Kultur für Kinder verbunden. So nutzte Johann Amos Comenius den Buchdruck, um Kindern Mitte des 17. Jahrhunderts die »ganze Welt« in Bildern mit deutschen und lateinischen Erläuterungen näherzubringen. Und der Menschenfreund Johann Bernhard Basedow veröffentlichte 1774 sein Elementarwerk, das Kindern – in wunderbaren Kupferstichen von Daniel Chodowiecki – die gesamte Natur

und die Lebenswelt der Menschen in anschaulicher und wohlgeordneter Weise darlegte.



Abb. 1: Der *Struwwelpeter* wurde unter geänderten Erziehungsvorstellungen immer wieder adaptiert und umgewertet

Das, was wir heute Kindheit nennen, ist eine Kinderkultur, in der die Kinder in bewachten, pädagogisch entworfenen Sonderräumen (etwa Kinderzimmer, Kindergarten, Hort, Schule, Spielplatz) leben und in der die Welt den Kindern hauptsächlich über »Medien« vermittelt wird: Schulbücher, Kinderliteratur, Bilderbücher, Kinderradio, Kinderfilm, Kinderfernsehen oder Kinderinternet. Text, Bild, Sachinformation und Erzählung bildeten bis ins Fernsehzeitalter

die wichtigsten Elemente einer sich entwickelnden Kindermedienkultur. Hinzu kommen Reime und Lieder, Rätsel und eine Kinderliteratur, die sich an den Genres der jeweiligen Erwachsenenliteratur orientierte.

Der *Struwwelpeter* etwa, ein Bilderbuch mit gereimten, moralischen Geschichten aus dem Jahr 1845 von Heinrich Hoffmann, zeigt zum einen deutlich einen vorherrschenden autoritären Erziehungsstil (Abb. 1). Aber der *Struwwelpeter* fällt auch in eine Zeit der Emanzipation des Bürgertums und fordert, dass Kinder sich schon früh selbst kontrollieren und disziplinieren und dass auch Erwachsene den Kindern nicht helfen können, wenn diese Selbstkontrolle fehlt. Der *Struwwelpeter* wurde weltweit übersetzt und in der Folgezeit unter geänderten Erziehungsvorstellungen immer wieder umgedichtet, karikiert, adaptiert und umgewertet. Bekannt wurde etwa die *Struwwelliese* aus dem Jahre 1890, die das restriktive Mädchenbild der Wilhelminischen Ära widerspiegelt, die (moderne) *Struwwelliese* von 1950, die vor den Gefahren der technisierten Welt warnt, sowie der *Anti-Struwwelpeter* von F. K. Waechter aus dem Jahr 1970, der die antiautoritären Erziehungsvorstellungen der Nach-68er-Zeit für diesen Bilderbuchklassiker umsetzte. Wichtiger für den hiesigen Zusammenhang ist allerdings, dass sich am Beispiel des *Struwwelpeters* Grundelemente der neuen Kindermedienkultur ablesen lassen. Kindermedien müssen Kindern

gefallen, wenn sie erfolgreich sein wollen. Der *Struwwelpeter* fasziniert Kinder (und ängstigt sie manchmal) durch seine Übersteigerungen, seine grotesken Bildergeschichten und durch seine schonungslose Darstellung der Konsequenzen falschen Handelns. Aber erst der Erfolg bei Erwachsenen, der zum ersten Druck des Werkes geführt hat, eröffnet ein Verständnis für das Bilderbuch als moralisch-satirische Erziehungshilfe im Dienst der Erwachsenen.

Was macht Kindermedien erfolgreich?

Erfolgreiche Kindermedien sind in der Regel durch eine doppelte Adressierung an Kinder und Erwachsene gekennzeichnet. Dass der *Struwwelpeter* sich so weit verbreiten konnte, dass er so oft adaptiert, kritisiert und bewundert wurde, zeigt, dass der Text über soziale Unterschiede und kulturelle Grenzen hinweg so etwas wie eine »gültige Form« für ein grundlegendes Erziehungsproblem der Moderne darstellt. Es zeigt, dass es sich zwar um ein Buch für Kinder, aber gleichzeitig auch um eine Publikation für Erwachsene im »Erziehungskampf« handelt: Es geht um den Konflikt zwischen einer Kindheit, die von Erwachsenen behütet und kontrolliert werden soll, und um die harte Erkenntnis, dass die Kinder selbst Verantwortung für sich, für andere Menschen, für Tiere und Dinge übernehmen müssen. Kindermedien – das zeigt das Beispiel *Struwwelpeter* sehr klar – spiegeln nicht nur stets die kulturellen, sozialen und historischen Bedingungen ihrer Entstehungszeit wider. Sie können auch zu »Klassikern« werden, wenn sie grundlegende menschliche Erfahrungen gestalten und Stoffe anbieten, in denen sich Menschen wiederfinden können. *Peter Pan*, *Heidi* (Abb. 2), *Alice im Wunderland*, *Hänsel und Gretel*, *Pu der Bär*, *Aschenputtel*, *Aladin* und die

Wunderlampe mögen als Beispiele für eine Kindermedienkultur genügen, die es vermag, über Landes- und Sprachgrenzen hinweg internationale Verbreitung zu erreichen. Auch Kindermedien können »große Weltkultur« sein.

Dass sich die Globalisierung der Kindermedien im 20. Jahrhundert unter den Bedingungen des Kinderfilms und des Kinderkinos entfaltet hat und sich etwa mit Disney eine Erzähl- und Formensprache herausgebildet hat, die in der weltweiten Vermarktung zu einer hegemonialen Ästhetik geführt hat, ist kritisch zu vermerken. So sind nationale Formen des Kinderfernsehens neben internationalen Kinder- und Familienfilmen entstanden. Festzuhalten ist, dass Kindermedien zweigeteilt sind: Neben einer regionalen und nationalen Kindermedienkultur (die sich etwa in Großbritannien durch einen besonderen Humor auszeichnet) ist eine transnationale, kommerzielle Kindermedienkultur entstanden, die deutlich macht, dass Kindermedien als bedeutender Teil einer weltweiten kulturellen Formierung des Mediengeschmacks gesehen werden müssen. Gerade aber an den »Klassikern« der Kinderliteratur zeigt sich, dass ihr Überleben auch daran hängt, dass sie neu aufgelegt, adaptiert, neu bebildert, vertont, verfilmt werden. Manchmal wird nur eine altertümliche Sprache modernisiert, manchmal wird nur die

Grundidee zum Ausgangspunkt einer vollständigen Neuerzählung. Immer aber passen sich die »Klassiker« der Kindermedien den neuen technischen Möglichkeiten, veränderten Erzählweisen und aktuellen Themen an (oder werden passend gemacht). Die unterschiedlichen Verfilmungen des Romans *Emil und die Detektive* von Erich Kästner (8 Verfilmungen von 1931 bis 2001) zeigen dies sehr deutlich. Alle Produkte für Kinder treffen auf einen bewachten Markt, der eine Vielzahl von Regeln, Werten und Normen kennt und der sich in einen Premiumbereich und einen Kitsch- und Schundbereich unterteilen lässt. Auf der einen Seite stehen ausgezeichnete Produkte, ästhetisch eigenständige Werke, künstlerisch wertvolle Bilderbücher, Kinderbücher oder Kinderfilme. Auf der anderen Seite stehen eine populäre Massenkultur, einfach gemachte, billige Produkte, die beliebt sind und massenweise konsumiert werden. Wenn man diese Wertung nicht naiv teilt, wird deutlich, dass die Kindermedien ein Teil der kulturellen Auseinandersetzungen im sozialen Raum der Erwachsenen sind, ebenso wie andere Kulturgüter auch Ausdruck unterschiedlicher Geschmackskulturen sind, die der sozialen Unterscheidung und Distinktion dienen.

Was heißt »kindgerecht«?

Diese Ambivalenz der Kindermedienkultur verweist auf eine weitere Charakteristik der Kindermedien. Über Kindermedien besteht seit Längerem unter Erwachsenen kein Konsens. So wurde das 1816 erschienene »Kindermärchen« *Nussknacker und Mausekönig* von E. T. A. Hoffmann schon bei seiner Veröffentlichung heftig als nicht kindgerecht kritisiert. *Emil und die Detektive* (1929) von Erich Kästner stieß ebenso auf Kritik wie die unkonventionelle *Pippi*

Langstrumpf (1945) von Astrid Lindgren. Auch die Grimm'schen Märchen gerieten in den 1980er-Jahren in die Kritik, da sie zu grausam erschienen. Die Liste der Kritik an Kindermedien ist lang. Parallel zur Kinderkultur entstand ein Jugendschutz, der die Werke für Kinder restriktiv prüft. Die Kindermedien sind mit ihrer Entstehung zu einer Bühne geworden, auf der sich – mit jeder neuen Medientechnik (Groschenroman, Kino, Radio, Fernsehen, Comic, Internet, Spielekonsole, Smartphone) und mit jeder neuen Kindergeneration – Zivilisationskritiker, Kulturpessimisten und selbst ernannte Propheten der »richtigen« Kindheit inszenieren.

Dies bedeutet nicht, dass alle Kindermedien gut oder unschädlich wären. Kindermedien sind aber für Erwachsene stets auch Instrumente der Kontrolle von Kindheit. Sie sind Teil einer intergenerationalen Machtausübung, die über die HeldInnen der Kinder die Werte und Normen der Kindheit bestimmen möchte.

Lernprojekt der Erwachsenen ...

Dabei vermischen sich in den Kindermedien 2 Projekte der Moderne, die mit Kindheit eng verbunden sind: Da ist zum einen die Vorstellung der Kindermedien als Instrument der Vermittlung von Wissen. Diese Ausrichtung der Kindermedien war zu Zeiten der Aufklärung Ende des 18. Jahrhunderts dominant und wird heute insbesondere im Vorschulbereich umgesetzt. Das zweite Projekt, das sich seit der Romantik mit Kindermedien verbindet, ist die Vermittlung »schwieriger (emotionaler, irrationaler) Themen« der Erwachsenenwelt. So findet sich eine Vielzahl von »Kinderformaten« zu

Themen wie Krise in der Freundschaft, Krankheit, Tod, Fantasie, Scheidung, Krieg, die in den Medien für Kinder kindgerecht umgesetzt werden. In den Kindermedien lassen sich auch unbewältigte Teile der Erwachsenenkultur identifizieren. Während die Erwachsenenkultur für Kinder zum Giftschrank für die Entwicklung wird (Gewalt, Pornografie, Habgier, Ungerechtigkeit), sollen die Kindermedien vor allem gut sein: Und so haben Kindermedien zu einer Trennung der Medienwelt in gut und schädlich beigetragen.

Aber auch diese Sichtweise greift noch zu kurz. Auf dem Kindermedienmarkt stehen sich nicht nur Lebenswelten von Erwachsenen gegenüber, sondern auch Kinderkultur und Erwachsenenkultur. Kindermedien sind nicht nur Ausdruck der pädagogischen Kolonisierung von Kindheit durch Erwachsene. Vielmehr ist mit den Kindermedien eine Kulturform entstanden, die Kinder als ihre eigene ansehen. Kinder haben sich immer wieder (unter den jeweiligen intergenerationalen Machtverhältnissen und von Erwachsenen geduldet) die Medien für sich angeeignet. Diese relative Eigenständigkeit der Kinderwelt wird in den Kindermedien selbst immer wieder beschrieben. Ein schönes Beispiel ist etwa die *Biene Maja* (Waldemar Bonsels, 1912). Während die erwachsenen Bienen diszipliniert ihrer Arbeit nachgehen, erlebt die kleine Biene Maja mit

ihren FreundInnen eigene Abenteuer (Abb. 3). Kinderkultur ist hier eine relativ eigenständige Lebenswelt der Peers.

... oder erwachsenenfreier Raum?

Kinder brauchen wie die Biene Maja einen erwachsenenfreien Raum, eine Kinderprivatsphäre, um sich zu entfalten. Wo ihnen kein Raum angeboten wird, entwickeln sie Mikrowelten unter Tischen, in Hecken, unter Decken oder sie eröffnen sich endlose Fantasiewelten, die sie aus Medienstoffen basteln. Sie sind fasziniert von Tieren, großen Maschinen und kleinen Steinen, und immer mischen sich die Realitäten des Alltags mit Fabelwesen, Rittern, Prinzessinnen, Dinosauriern oder Zauberern.

Charakteristisch für gute Kindermedien ist, dass sie eigene Welten entwerfen, die sich die Kinder aneignen können, die sie mit ihren FreundInnen teilen und die sie in der Fantasie immer neu ausgestalten können. In der Kinderwelt der Biene Maja – dies wird insbesondere in der Zeichentrickserie (1975–1980) deutlich – lassen sich prinzipiell alle Fragen, Sehnsüchte, Probleme und Entwicklungsaufgaben von Kindern thematisieren. Gerade die Serien in den Kindermedien (Buchreihen, Hörspielreihen, Fernsehserien) sind dazu

geeignet, dass Kinder die HeldInnen und ihre Welt in ihre eigene Welt integrieren.

Diese eigenständige Kinderwelt, die zumeist an den populären Billigmarkt angeschlossen ist, da Kinder nur über geringe ökonomische Ressourcen selbst verfügen, hat sich in den letzten 100 Jahren deutlich ausgeweitet. Es ist ein kindlicher Kindermedienmarkt

entstanden, der von Erwachsenen immer wieder angegriffen wird: als banal, trivial, manipuliert durch Werbung und Konsum, zu wenig bildungsorientiert und von schlechtem Geschmack. Die Kritik an den Medien zielt im Kern nicht auf die Medien an sich, sondern auf diesen relativ eigenständigen Bereich der Kindheit mit reduzierter Erwachsenenkontrolle. Sehr gut ist dies am Bayerischen Bildungsplan (2012) ablesbar. Auf 3 Seiten (S. 219-221) werden Chancen und immer wieder die Gefahren der Medien dargestellt. Diesen pädagogischen Bemühungen, kindliche Medienwelten umfassend (zum Wohl der Kinder) zu kontrollieren, steht nur ein einziger Satz, der die kindliche Wahrnehmung in den Blick nimmt, entgegen. Im Zusammenhang mit der Feststellung, dass Kinder heute schon sehr früh mit einer Vielzahl von Medien in Kontakt kommen, heißt es: »Sie haben zugleich ein hohes Interesse daran« (S. 219). Das ist der entscheidende Satz. Kinder lieben Medienangebote, sie nutzen sie für ihre Aneignung von Welt, für kindliche Bildungsprozesse, die die inneren Welten mit den äußeren verbinden und Rohstoff für eine gemeinsame Kinderkultur bilden. Kinder lieben Kindermedien: Schon Basedow hat die Bilder seines Elementarwerkes zur Belohnung eingesetzt. Noch heute dienen Sammelbildchen zur pädagogischen Motivation. Zu Weihnachten wünschen sich Kinder Bücher, Filme, Hörspiele, Medienfiguren zum Spielen oder Computerspiele. Diese Eigenwelten der Kinder und die emotionale Nähe der Kinder zu Medien wurden also immer schon pädagogisch genutzt, sei es als Motivationskultur oder auch als Strafe, etwa durch Fernseh- oder Computerverbote.

Kinder lieben Kindermedien

Festgehalten werden muss, dass das größte Problem der Kindermedien ihr eigener Erfolg ist: Die Erfindung von Bildern, Geschichten, Filmen,

Musikformen, Gedichten, Hörspielen, Computerspielen, Märchenstoffen, Comic-Geschichten, die Kinder global begeistern, ist eine große Kulturleistung der letzten 500 Jahre. Immer wieder ist es gelungen, im Kontext der Technisierung historisch »gültige« Medienformate zu schaffen, die Kinder lieben. Aber zugleich trennen die Kinder diese Angebote immer wieder von den pädagogischen Zwecken, in die sie eingebunden sind. Kinder – so die Befürchtung – wählen triebhaft immer das Falsche, Dinge, die ihnen schaden: zu hässlich, zu fettig, zu süß, zu trivial. Die Kindermedienkultur geriet wiederholt in Verdacht, das Lernprojekt der Erwachsenen zu beschädigen.

An den Kindermedien lässt sich nicht nur die Verfasstheit einer Kultur mit ihren zentralen Werten und Normen ablesen. An den Kindermedien werden nicht nur soziale Ungleichheiten und ästhetische Auseinandersetzungen sichtbar. In die Formate der Kindermedien sind auch nicht nur die Zwänge einer Kultur, etwa die Formierung der Körper von Mädchen, eingeschrieben. In den Kindermedien spiegelt sich auch das Ringen um eine Kindheit, die den Kindern Freiräume zugesteht, in der Erkenntnis, dass Erwachsene allein nicht eine gute, »erfolgreiche« Kindheit für die Kinder entwerfen können. Gute Kindheit muss immer auch von Kindern gewählt und gestaltet werden und dazu brauchen Kinder Angebote, die es ermöglichen, alle Themen zu bearbeiten, die ihnen in ihrer inneren und äußeren Welt begegnen. Eigenständige Kindermedien haben freilich auch eine Schattenseite. Kinder werden durch Kindermedien aus der Medienwelt der Erwachsenen gedrängt. Sie finden ihren Platz im speziellen Kinderprogramm und auf eigenen Kindersendern. Das Restprogramm wird zunehmend zum reinen Erwachsenenprogramm. Spartenfernsehen bedeutet auch mediale Ghettobildung.

Ein Blick auf die Geschichte der Kindermedien und insbesondere auf das Kinderfernsehen, das im 20. Jahrhundert

zu einem Leitmedium der Kindheit geworden ist, zeigt, dass jenseits aller (berechtigten und unberechtigten) Kritik eine reiche, bunte und wunderbare Kindermedienkultur entstanden ist. Jede Erwachsenengeneration kann von Fernseherfahrungen erzählen: *Kinderstunde*, *Klaus Havenstein*, *Das Sandmännchen*, *Die Augsburger Puppenkiste*, *Fury*, *Flipper*, *Lassie*, *Bonanza*, *Die kleinen Strolche* oder *Professor Grzimek* sind Sendungen, von denen kollektiv erzählt wird. Kinderfernsehen ist so zu einer besonderen Kultur für Kinder und von Kindern geworden, es verbindet und trennt Generationen und leistet einen besonderen Beitrag für Bildung, Sozialisation und kindliche Entwicklung. Was welches Kind von der komplexen und reichen Kindermedienkultur erfährt, liegt an seinen Interessen und daran, welche Angebote ihm das Fernsehen, der Kindergarten, die Schule, der Hort, die Erwachsenen in seiner Umgebung, seine Freunde oder die sozialen Medien eröffnen. Und: Je enger der Geschmack ist, den die Kinder in ihrer Mediennutzung ausbilden, desto enger ist ihr Blick auf die Welt, je weiter ihr Mediengeschmack wird, desto eher können sie einer globalisierten, kulturell heterogenen Welt begegnen. ■

LITERATUR

Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen. Staatsinstitut für Frühpädagogik München (2012). Der Bayerische Bildungs- und Erziehungsplan für Kinder in Tageseinrichtungen bis zur Einschulung. Berlin: Cornelsen.

DER AUTOR

Burkhard Fuhs, Dr. phil., ist Professor des Lehrstuhls »Lernen und Neue Medien, Schule und Kindheitsforschung« an der Universität Erfurt und Vorsitzender des »Erfurter Netcodes«.

