

Vorwort

Über Medien für Kinder zu arbeiten, impliziert stets zweierlei Perspektiven, die selbst mit wissenschaftlichem Anspruch gewisse emotionale Komponenten nicht ganz ausschließen können: Zum einen den Blick zurück, der angesichts der Kontinuität, der beharrlichen Wiederverwertbarkeit und der fast unendlich anmutenden Anpassungsfähigkeit von Stoffen, Genres und Figuren der Kindermedien rasch über die Erfahrungen und Favoriten der eigenen Kindheit hinausreicht, sie aber auch immer wieder einfängt. Zum andern bedeutet es den Blick über die Gegenwart hinaus in die überschaubare Zukunft. Denn in den Medien spiegeln sich – wie pointiert, verzerrt oder idyllisiert auch immer – die Trends für und die Erwartungen an die jeweilige Kindergeneration, aber auch mögliche Befürchtungen für ihre Entwicklung und Identität. Es sind ja stets Erwachsene, die Medien für Kinder produzieren, vertreiben und vermitteln. Und sie tun es – trotz wachsender Professionalität, internationalem Marketing und mächtiger werdender Kommerzialität – immer auch aus der persönlichen Verwobenheit mit ihrer Kindheit und mit ihrem Bild vom Kind. Insofern involvieren Kindermedien für jeden und jede stets auch ein Stück weit eigene Kindheit auf ganz individuelle Weise.

Doch diese persönliche Bedeutung darf den Blick nicht dafür trüben, dass Kindermedien – und zwar eigentlich seit ihren Anfängen im Druck und auf der Bühne – nicht nur eine besondere Tradition, sondern auch einen eigenen Markt hervorbringen, und dies im Laufe der Geschichte immer professioneller, perfekter, lukrativer und inzwischen auch intermedial und international. Dass seine Konjunkturen und Zirkulationen immer schneller werden, gewissermaßen ein Highlight das andere jagt, kennzeichnet ihn zum einen als kurzlebigen Konsummarkt, zum anderen auch in jener Besonderheit, weil er eine nicht verderbliche Ware feilbietet, die immer wieder verkauft werden kann und sich konsumieren lässt, und weil er sich an eine Klientel wendet, die sich infolge ihres schnellen Aufwachsens rasch erneuert und gewissermaßen mit den

substantiell gleichen Offerten immer wieder bedient werden kann. Das macht den Markt einerseits fast krisensicher, andererseits wandelt er sich zumindest oberflächlich ständig, so dass er von einem Einzelnen kaum mehr zu überschauen ist.

Da ihn aber auch – zumal bei jüngerem Alter der Kinder – vornehmlich die Erwachsenen, die Eltern und Großeltern frequentieren, lässt er sich immer wieder mit Reproduktionen und Reprisen bestücken. Denn die Erwachsenen projizieren ein Stück weit die Erlebnisse und Bindungen ihrer Kindheit auf die nachwachsenden Kinder und wollen sie bei ihnen aufgehoben wissen. Die fortschreitende Perfektionierung und Kommerzialisierung und etliche Angebote des Marktes unter erzieherischen Vorzeichen als bedenklich zu empfinden oder gar zu verurteilen, wie es noch immer viele Erwachsene aus Sorge tun, mag hingehen und ist verständlich. Aus Sicht der Kinder ist diese Haltung wohl nicht ganz nachzuvollziehen, vielleicht sogar ein wenig heuchlerisch, denn es sind ja hochprofessionelle und meist als erfolgreich angesehene Erwachsene, die Kindermedien – gerade auch die fragwürdigen – effizient produzieren, sie vehement in den Markt drücken und den Kindern permanent aufdrängen. Was so attraktiv und verlockend angepriesen und inszeniert wird, das können Kinder in ihrem Drang, erwachsen zu werden – und das heißt immer auch, den Vorbildern der Erwachsenen nachzueifern, nicht ohne weiteres als bedenklich oder gar als zu ignorieren begreifen. Analytische Distanz ist daher bei der Betrachtung von Kindermedien ebenso gefragt wie emotional eingestimmte Wiederentdeckung. Zu beidem will diese Einführung anregen. Zunächst aber müssen Erwachsene die Medien für Kinder kennen lernen und sich mit ihnen beschäftigen, wozu dieser Überblick primär beitragen will.

Bei jenen wohl angenehmen Regungen während der Lektüre darf mindestens einen Moment lang nicht vergessen werden, dass die hier verbreiteten Kindermedien weitgehend die mitteleuropäische, industriegesellschaftliche Kindheit widerspiegeln, die fürsorgerisch hoch behütet, pädagogisch fast rundum betreut und mit vergleichbar hohem Wohlstand versehen ist. Zwar hat die Kinderliteratur mit ihrer sogenannten realistischen Wendung während der 70er Jahre die internationalen wie innergesellschaftlichen Ränder und Niederungen weniger glücklicher Kindheiten entdeckt, und inzwischen gehört ihre Darstellung und Verarbeitung

zum Repertoire aller Kindermedien, wenn auch jeweils unterschiedlich intensiv und in Phasen verschieden engagiert. Doch es sind symbolische Repräsentationen, nicht ihre Wirklichkeiten selbst, und so sehr sie womöglich betroffen und betrübt machen, es lässt sich jeweils umgehend in die eigene komfortablere Realität zurückkehren. Für die Mehrzahl heute auf dieser Welt lebender Kinder ist sie jedoch nach wie vor das unerreichbare Paradies, das mit ihrem kargen, wenn nicht bedrohlichen Alltag wenig zu tun hat.

In der Fülle und Konkurrenz heute verfügbarer Kindermedien spiegelt sich mithin auch der hohe Lebensstandard, ja Luxus wider, den viele Kinder hier zu Lande selbstverständlich genießen und auch genießen sollen. Wenn auch Standardisierungen und Konformitäten auf dem Markt um sich greifen, immer noch bietet er eine enorme Vielfalt in Inhalten, Formen, Themen und Idolen. Sie alle zu erfassen und einzuschätzen, machen sich in den affinen Wissenschaften nur wenige zur Aufgabe. Erst allmählich setzen sich die Vorgaben des Marktes auch in den einschlägigen Disziplinen durch, dass neben aller Eigenart und Spezialisierung umfassende, interdisziplinäre Zugänge erforderlich sind, um seine wachsenden inter- und intramediale Verflechtungen und seine so genannten Cross-Media-Verwertungen analytisch zu bearbeiten. Das heißt nicht die anerkannte Kinderliteratur, für die nach wie vor immer noch der größte wissenschaftliche Aufwand getrieben wird, zu vernachlässigen oder gar abzuwerten. Vielmehr soll sie – entsprechend den Marktentwicklungen – zusätzlich innerhalb der vorfindlichen Medienverbünde gesehen und eingeordnet werden. Denn singular ist sie nur noch in den seltensten Fällen, zumal auf dem Markt der Kindermedien. Diese Einsichten in den Strukturen wie in den Details aufzuzeigen, gehört zu den übergreifenden Zielsetzungen dieser Einführung.

Entstanden ist sie im Kontext von Lehrveranstaltungen und aufgrund üblicher Forschungstätigkeit eines Hochschullehrers, ohne zusätzliche Forschungsressourcen. Daher beruft sie sich im wesentlichen auf Sekundärliteratur; Primärquellen – zumal für das eine oder andere Forschungsdesiderat – ließen sich nur mit zusätzlichen Mitteln erschließen. Vor allem bedarf es der kontinuierlichen Beobachtung und Einordnung aktueller Entwicklungen, um interessierte Erzieherinnen und Erzieher, Lehrerinnen und Lehrer, Eltern und alle anderen auf sie aufmerksam zu

machen. Diese Einführung will auch auf diese beiden Aspekte, soweit möglich, hinweisen. Zunächst will sie aber ermutigen und anregen, sich mit den Medien für unsere Kinder zu beschäftigen und neugierig darauf zu sein, was ihnen alles geboten wird.

Werther/Hamburg, im April 2002

Hans-Dieter Kübler