

Michelle Wolf

ZAMBO. Mein Kinderprogramm

Eine Analyse des Einbezugs von Kindern im aktuellen Kinderprogramm des Schweizer Fernsehens

Zambo ist vielen als das trimediale¹ Kinderprogramm des Schweizer Fernsehens bekannt. Was die Kinder rezipieren, was für Absichten auf Seiten der Produzenten zu finden sind und was man sich von dem Konzept der Trimedialität erhofft, ist Thema dieser Arbeit. Dabei soll ein Blick auf die Konzeptualisierung des Programms als Mitmachfernsehen und den damit verbundenen Einbezug von Kindern geworfen werden, die nicht nur als Rezipienten, sondern auch als Produzenten des Programms fungieren. Im Zentrum steht aufgrund dessen die folgende Fragestellung: Welche Rolle spielt das Kind im Kinderprogramm Zambo?

Diese Hauptfragestellung wurde durch drei weitere Unterfragen spezifiziert, die sich zum einen mit den Zielen und Vorteilen für die Produktionsseite und zum anderen mit den sich dadurch eröffnenden Chancen und Möglichkeiten für Kinder beschäftigen: Welche Absichten stehen hinter dem Einbezug von Kin-

¹ Trimedial bedeutet in diesem Zusammenhang die enge Verknüpfung dreier verschiedener Medien. Im Falle von *Zambo* handelt es sich dabei um Radio, Fernsehen und Internet.

dern? Welche Möglichkeiten, Chancen und Vorteile bietet dieses Vorgehen für die Produktionsseite? Welche Möglichkeiten, Vorteile aber auch Grenzen zeigen sich – ausgehend von dem Angebot – in der aktiven Teilnahme von Kindern im Kinderprogramm?

Da es bis anhin noch keine wissenschaftliche Literatur gibt, die sich vertieft mit dem schweizerischen Zugang zu einem gesellschaftlich akzeptierten Kinderprogramm auseinandersetzt, wurde im Vorfeld Thomas Grond, der Bereichsleiter von Zambo befragt.

Obwohl sich die folgende Arbeit zu einem grossen Teil auf dieses Interview stützt, wurden als Ergänzung einzelne Bereiche der Homepage www.zambo.ch genauer betrachtet und analysiert. Besondere Aufmerksamkeit galt dabei den Sendungen MyZambo, MyStory sowie MyClip. In MyZambo führt jeweils ein Moderator bzw. eine Moderatorin durch verschiedene Themenblöcke. In den Sendungen kommen zu spezifischen Themen nicht nur Stars oder Experten zu Wort, sondern auch Kinder. Mit Blogbeiträgen und Kommentaren haben sie zudem die Möglichkeit, Einfluss auf die Themenwahl der Sendung auszuüben. Ganz anders gestaltet sich das Doku-Format MyStory, in dem Kinder mit der Kamera begleitet werden und so den Zuschauern Einblick in ihr Leben gewährt wird. In MyClip hingegen werden selbstproduzierte Videos von Zambo-Mitgliedern neben professionell hergestellten, oft populären Clips präsentiert.

Im Folgenden wird das trimediale Kinderprogramm Zambo des Schweizer Fernsehens noch ausführlicher vorgestellt und der Fokus auf die Teilbereiche MyZambo, MyStory und MyClip gelegt, bevor mit Blick auf die Fragestellung genauer auf das Kinderprogramm eingegangen wird. Nach einem einleitenden kurzen Überblick stehen in dieser Analyse die Ideen der Macher sowie die Betrachtung und Bewertung der Möglichkeiten für Kinder im Mittelpunkt. Zum Schluss werden die wichtigsten Punkte nochmals aufgegriffen und zueinander in Beziehung gesetzt. Zunächst werden jedoch das methodische Vorgehen, die damit verbundenen Probleme sowie die theoretischen Überlegungen zum sogenannten Experteninterview diskutiert.

Methodisches Vorgehen

Das leitfadengestützte Experteninterview mit Thomas Grond, dem Bereichsleiter von Zambo, wurde am 5. Dezember 2012 in seinem Büro geführt. Ziel des Interviews war es, einerseits eine informative Grundlage zu schaffen und andererseits mehr über die durch die Produktionsseite den Kindern zugeschriebene Rolle zu erfahren. Das mündlich geführte Interview wurde aufgenommen und anschliessend vollständig transkribiert. Anhand der Transkription wurde ein Kodiersystem² erstellt, das in erster Linie als Orientierung, aber auch als Analysemittel dienen sollte. Im Verlauf des Kodierprozesses wurde es bis zu seiner definitiven Version weiter modifiziert.³ Um ein breiteres Spektrum zu gewähren, wurden zusätzlich die Formate MyZambo, MyStory sowie MyClip betrachtet. Die Methoden wurden folgendermassen kombiniert: Einerseits ist der Blick der Produktionsseite durch das Experteninterview mit Thomas Grond vertreten und

² Die Erstellung des Kodiersystems stützt sich auf die strukturierende qualitative Inhaltsanalyse von Mayring 2010, 92–101.

³ Das methodische Vorgehen stützt sich auf den Vorschlag von Meuser und Nagel (2005, 83–91). Der erste Schritt nach dem Führen des Interviews ist gemäss ihnen die Transkription, die in dieser Arbeit vollständig durchgeführt wurde. Dadurch fällt der nächste Schritt, die Paraphrase, automatisch weg. Als dritten Schritt erwähnen Meuser und Nagel das Bilden von Überschriften zur Verdichtung des Materials. In einer modifizierten Form wurde dieser Schritt übernommen. Dabei wurde ein Kodiersystem gebildet, das auf das transkribierte Interview angewendet wurde. Die kodierten Passagen wurden daraufhin für die Analyse und Interpretation zusammen betrachtet. Der thematische Vergleich, den die Autoren als nächsten Schritt vorschlagen, fällt in dieser Arbeit ebenfalls weg, da nur ein Interview geführt wurde. Die nächsten beiden Schritte, die soziologische Konzeptualisierung sowie die theoretische Generalisierung wurden nicht in dieser Form übernommen, da auch für diese beiden Punkte mehrere zu vergleichende Interviews vorausgesetzt werden. Sehr wohl wurde jedoch versucht, das Interviewmaterial kritisch und differenziert zu interpretieren, um auf einer abstrakteren Ebene Hypothesen zu formulieren, indem Thomas Gronds Aussagen in Beziehung zu den analysierten Sendungsformaten gesetzt wurden.

andererseits konnte das Produkt an sich anhand der einzelnen Bereiche der Homepage genauer betrachtet werden.

Das Experteninterview hat sich im Rahmen dieser wissenschaftlichen Beschäftigung als sehr fruchtbar erwiesen. Es ist jedoch als Methode nicht unproblematisch.⁴ Da die Befragung von Experten, wie auch in diesem Falle, oft zwecks Informationsbeschaffung erfolgt, ist eine verstärkte methodische Reflexion unverzichtbar, denn die gewonnenen Informationen dürfen keineswegs als objektive oder als theoretisch fundierte Fakten angesehen werden, da sie das individuelle und subjektiv geprägte Wissen eines Experten widerspiegeln. Nichtsdestotrotz bietet das Experteninterview neben der dichten Datengewinnung einige Vorteile, wie beispielsweise die leichte Mobilisierung des Interviewten zur Teilnahme am Interview.⁵

Führt man ein Experteninterview, stellt sich aber unweigerlich die Frage, wer überhaupt ein Experte ist. Die Psychologin Aglaja Przyborski und die Soziologin Monika Wohlrab-Sahr⁶ definieren einen Experten als eine Person, der ein Sonderwissen zugeschrieben wird und die dieses für sich in Anspruch nimmt. Weiter formulieren sie, dass man dabei die Expertenrolle lediglich in Hinblick auf ein bestimmtes Wissensgebiet übernimmt. Für diese Untersuchung fungierte Thomas Grond als Experte hinsichtlich des Kinderprogramms Zambo, da er Bereichsleiter desselben ist. Die mögliche Zuschreibung einer Expertenrolle auf Basis einer Berufsrolle – ein von den Autorinnen ebenso hervorgehobenes Kriterium für Expertise⁷ –, erscheint hinsichtlich des vorliegenden Interviews einleuchtend, wenn man bedenkt, dass moderne Gesellschaften durch ihre funktionale Differenzierung und die starke Gewichtung des Berufes, verbunden mit dem dafür erforderlichen spezifischen Wissen, beschrieben werden können.

⁴ Einen vertieften Einblick in die Thematik des Experteninterviews bietet die Arbeit von Bogner, Littig und Menz 2005.

⁵ Vgl. Bogner und Menz 2005, 7–10.

⁶ Przyborski und Wohlrab-Sahr 2010, 131.

⁷ Vgl. ebd., 132.

Doch nicht nur der Experte bzw. die Expertin, sondern auch das Expertenwissen selbst kann unterschiedlichen Kriterien entsprechen. Nach den Soziologen Alexander Bogner und Wolfgang Menz wird dabei zwischen drei Dimensionen unterschieden:

«Erstens das ‹technische Wissen›, das sich durch die Herstellbarkeit und Verfügung über Operationen und Regelabläufe, fachspezifische Anwendungsroutinen, bürokratische Kompetenzen usw. charakterisiert. [...] Von diesem kann zweitens das ‹Prozesswissen› abgegrenzt werden, das sich auf Einsichtnahme und Informationen über Handlungsabläufe, Interaktionsroutinen, organisationale Konstellationen sowie vergangene oder aktuelle Ereignisse bezieht [...]. Das theoriegenerierende Experteninterview zielt auf die Erhebung von ‹Deutungswissen› [...]. Das Expertenwissen als Deutungswissen wird erst mittels der Datenerhebung und der Auswertungsprinzipien als solches ‹hergesellt› [...]. In diesem Sinne ist das Expertenwissen immer eine Abstraktions- und Systematisierungsleistung des Forschers, eine ‹analytische Konstruktion›.»⁸

Es wird klar, dass die vorgenommene Einteilung keine klare Abgrenzung der drei Dimensionen zulässt. So auch in der vorliegenden Arbeit: Thomas Grond fungiert einerseits als Träger von technischem Wissen, insbesondere durch seine berufliche Stellung, die eine Ausbildung mit einem spezifischen Wissen voraussetzt. Dies zeigt sich beispielsweise in Gronds Verwendung von Fachausdrücken während der Befragung. Durch seine berufliche Stellung als Bereichsleiter ist er jedoch auch in der Position, verschiedene Handlungsfelder zu kennen, in Handlungsprozesse direkt involviert zu sein und darüber Auskunft geben zu können.

Durch die Interpretation des Interviews von Seiten der Forscherin wird das Expertenwissen zugleich zu Deutungswissen. In der Auswertung von Expertenwissen in Form von Deutungswissen wird dem Forscher bzw. der Forscherin somit eine besondere Rolle zuteil. Der Interviewer bzw. die Interviewerin kann da-

⁸ Bogner und Menz 2005, 43f.

bei der zu interviewenden Person auf verschiedenen Ebenen begegnen.⁹

Ohne alle Möglichkeiten aufzählen zu wollen, soll die wichtigste und für diesen Forschungskontext relevante Zuschreibung gegenüber der Interviewerin durch den Experten vorgestellt werden. Nach Bogner und Menz kann der Interviewer bzw. die Interviewerin als Experte einer anderen Wissenskultur fungieren. Da in diesem Forschungsprozess die Interviewerin zugleich Forscherin war, die sich in einem wissenschaftlichen Kontext mit Kinder- und Jugendmedien beschäftigte, kann davon ausgegangen werden, dass der Experte ein gewisses Mass an relevantem Wissen vorausgesetzt beziehungsweise dieses der Interviewerin zugeschrieben hat. Kennzeichnend für diese Art der Kompetenzzuschreibung ist nach Bogner und Menz, dass der Experte dem Interviewer bzw. der Interviewerin «hohe fachliche Kompetenzen und Fähigkeiten unterstellt, dabei aber die unterschiedliche professionelle Herkunft des Gesprächspartners berücksichtigt»¹⁰. Im geführten Interview zeigte sich dies beispielsweise zu Beginn, als sich Thomas Grond nach dem universitären Hintergrund der Interviewerin erkundigte, sowie in der selbstverständlichen Einflechtung von Fachbegriffen.

Die Ausgangslage eines Experteninterviews unterscheidet sich stark von «den üblichen <qualitativen> Anforderungen»¹¹ eines narrativen Interviews, bei dem versucht wird, dem Interviewten möglichst offene Fragen zu stellen, wodurch die zu befragende Person indirekt dazu aufgefordert wird, frei zu sprechen. Bei einem Experteninterview steht hingegen nicht das Erzählen aus dem Leben oder Alltag des bzw. der Interviewten im Vordergrund, sondern es wird versucht, das Wissen, als dessen Träger der Experte fungiert, gezielt für den Forschungsprozess zu erschliessen und für weitere Personen zugänglich zu machen. Rückblickend ist insbesondere festzuhalten, dass der Umgang

⁹ Vgl. Bogner und Menz 2005, 50f.

¹⁰ Ebd., 52.

¹¹ Ebd., 20.

mit einem Experteninterview mit verschiedenen Problemen verbunden war.

Als besonders schwierig zeigte sich die Differenzierung zwischen den verschiedenen Arten von Wissen, insbesondere zwischen dem theoretischen Wissen und dem Prozesswissen in Gegenüberstellung mit dem Deutungswissen. Das wurde im Rahmen dieser Arbeit besonders auffällig, wenn es darum ging, Aussagen von Thomas Grond zu interpretieren. Dabei stellten sich insbesondere zwei Fragen: Inwieweit kann das Gesagte als eine Information für sich alleine stehen? Wie viel Gewicht soll Thomas Grond als Person zugesprochen werden?

Diese Problemstellung nahm eine zentrale Position im Forschungsprozess ein und ist auch zum jetzigen Zeitpunkt nicht gelöst, da nur ein Interview im Rahmen dieser Arbeit geführt wurde. Daher bestand weder die Möglichkeit, das Interview mit anderen Experteninterviews zu vergleichen, noch die Sicht der Kinder zu berücksichtigen. Bei der behandelten Fragestellung fiel der letzte Punkt nicht sonderlich ins Gewicht, da der Blick auf die Produktionsseite und ihre Konzeptionierung des Mitmachfernsehens gerichtet war.

Andererseits gibt es bis zum jetzigen Zeitpunkt keine wissenschaftliche Literatur, die sich vertieft mit der Thematik des aktuellen Kinderprogramms des Schweizer Fernsehens auseinandersetzt. Dies führte zu Schwierigkeiten beim Erstellen des Interviewleitfadens, da nicht auf bestehendes Wissen zurückgegriffen werden konnte. Folglich kann das Interview als explorativ beschrieben werden, da es hauptsächlich darum ging, ein erstes Spektrum an Informationen zu gewinnen. Durch das Fehlen von wissenschaftlicher Literatur konnten diese Informationen im Anschluss jedoch nicht zufriedenstellend verglichen oder in einen Diskussionskontext gestellt werden. Es wäre deshalb falsch, die folgende Arbeit als eine theoretisch fundierte Analyse des Kinderprogramms zu verstehen. Vielmehr ist sie Ausdruck einer ersten Betrachtung des aktuellen Angebots, bei der versucht wurde, Zambo im Kontext des Kinderfernsehens zu verorten und Gedanken sowie Ideen für eine Analyse zu formulieren.

Weitergehend wäre es sinnvoll, nochmals ein Interview mit Thomas Grond zu führen, um zielgerichtet auf einzelne Bereiche vertiefend eingehen zu können. Informativ wären auch Interviews mit weiteren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen beim Schweizer Fernsehen. Ausbaupotential besteht auch in Hinblick auf die Kinder und ihre Bewertung des Programms. Es könnten dafür Interviews mit Zambo-Nutzern, sprich Kindern und Eltern, geführt werden, um mehr über den Akt der Rezeption, sowie die Meinung über Zambo und die gebotenen Möglichkeiten zu erfahren.

Zambo: Das trimediale Kinderprogramm des Schweizer Fernsehens

Im Folgenden soll ein kurzer Überblick über das Kinderprogramm Zambo geboten werden, bevor im darauffolgenden Abschnitt vertieft auf die Teilbereiche MyZambo, MyStory sowie MyClip mit Blick auf das Konzept des Einbezugs von Kindern eingegangen wird.

Das Kinderprogramm Zambo zeichnet sich besonders durch seine Trimedialität aus, die auf der Kombination der drei Medien Internet, Radio und Fernsehen basiert. Thomas Grond bezeichnet diese als «Vektoren». Der Begriff «Vektor» beschreibt dabei die verschiedenen Medien als unterschiedliche Wege der Vermittlung von Inhalten und der Kommunikation zwischen Rezipient und Produzent. Alle drei Medien besitzen ihren eigenen Reiz, so dass sie gemäss Grond durchaus für sich alleine stehen können. Doch gerade auch der Verbund der drei Vektoren biete in seiner Trimedialität verschiedene neue Möglichkeiten für die Produzenten und Rezipienten.

«Der Reiz für das Publikum liegt darin, dass man auf diversen Vektoren verschiedene Ansichten des gleichen Themas erhält. Nehmen wir als Beispiel eine grüne Valschwasserflasche. [...] Also im Fernsehen ist die Frage: Warum ist die Flasche grün? Im Radio ist die Frage: Warum zischt es, wenn ich die Flasche öffne? Und wie kommt das Zischen eigentlich in die Flasche. Online habe ich vielleicht ein Porträt von jemandem, der Flaschen ausliefert mit dem Lastwagen. [...] Also es ist ein The-

ma, es geht um eine grüne Flasche, die «Zisch» in sich hat. Man kann es auf jedem Vektor anders betrachten. Es ist natürlich kein 360 Grad Approach, aber es sind verschiedene Ansatzpunkte möglich. [...] Der Reiz für uns, die es machen, liegt in der Frage, wie «in Herrgotts Namen» wir es schaffen, nach Möglichkeit mindestens drei Geschichten und so drei Zugangsmöglichkeiten zu einer grünen Valserwasserflasche zu haben. Wie priorisieren wir? Auf welchen Vektor passt welches Thema?»

Mit dieser trimedialen Kombination wird laut Grond versucht, möglichst viele Kinder zu erreichen, da diese sich durch unterschiedliche Nutzungsgewohnheiten auszeichnen. So haben beispielsweise Kinder, die das Internet nicht nutzen dürfen, die Möglichkeit, die Sendung am Radio zu verfolgen. Dabei darf jedoch nicht vergessen werden, dass gerade das enge Zusammenspiel der verschiedenen Medien für Kinder den Anreiz bieten soll, alle drei zu rezipieren. Betrachtet man beispielsweise eine MyZambo-Folge im Fernsehen, die ebenfalls online abgerufen werden kann, fällt auf, wie intensiv auf die anderen Vektoren, sowie andere Laufbild-Formate, wie zum Beispiel MyStory verwiesen wird.¹² Diese Vektoren können sich laut Grond mit der Zeit jedoch ändern. Er verweist dabei insbesondere auf das Fernsehen, da dieses bereits heute nicht mehr als unabhängiges Medium, sondern mehr als Monitor für diverse Formate beschrieben werden kann. So sind es nach Grond in erster Linie die Laufbildformate, die sich grosser Beliebtheit erfreuen und nicht das Medium Fernsehen an sich.

Durch die Möglichkeit verschiedene Formate online abzurufen, wie dies bei Video-on-Demand (VOD) der Fall ist, werde die zeitliche Gebundenheit des Fernsehprogramms ebenfalls an Wichtigkeit verlieren. Ein vierter Vektor, der je nach Gegebenheit einen der drei Vektoren auch ersetzen kann, wäre nach Grond zum Beispiel ein E-Magazin, das man via Internet, E-Book-Readern oder auch Tablets vertreiben könnte. Insbesondere Kindern spricht er dabei eine grosse Adaptionsbereitschaft, -kompetenz

¹² Siehe folgenden Abschnitt: «Analyse dreier verschiedener Formate».

und auch -geschwindigkeit zu, wenn es um die Aneignung neuer Medien geht: «Die Vektoren, gerade bei den Kindern, verändern sich unheimlich schnell. Die Kinder sind jene, die am einfachsten und am schnellsten wechseln. Weil sie in die Technik hineingeboren werden.» Das Kinderprogramm sieht sich nach Grund jedoch auch mit einigen Herausforderungen konfrontiert, wenn es beispielsweise um neue Monitorgrößen geht, wie jene eines Smartphones, die eine Anpassung der Formate in ihrer Länge, aber auch ihrer visuellen Gestaltung voraussetzen. Eine solche Adaption wird allerdings erst dann relevant, wenn Kinder vermehrt neue Monitorgrößen nutzen und somit die Anfrage nach angepassten Formaten steigt. Somit üben sowohl medientechnische Innovationen als auch die Übernahme dieser durch die Kinder in ihren Rezeptionsgewohnheiten einen Einfluss die Macher des Kinderfernsehens aus.

Analyse dreier verschiedener Formate

MyZambo¹³

MyZambo zielt besonders auf das Mitwirken der Community-Mitglieder ab, die aktiv dazu aufgefordert werden, sich mit Ideen und Fragen in die Sendung miteinzubringen. Kinder können dabei mit ihren Blogs und Kommentaren auf der Homepage Themen ansprechen, die von der Redaktion in einigen Fällen aufgegriffen werden. Das Format wird auf der Homepage wie folgt beschrieben:

«Im <myZambo> spielst du die Hauptrolle: Mit deinen Blogs, deinen Ideen, deinen Fragen aus der Plauderbox. Hast du ein besonderes Hobby? Dann erzähl uns im <Treff> davon! Vielleicht laden wir dich dann in unsere Sendung ein. Natürlich hat es in unserer Community-Sendung auch viel Platz für Stars. Und jeden Donnerstag wird es tierisch <myZambo> [sic!], denn dann nehmen wir dich mit in die Welt der Tiere.

¹³ «myZambo». <http://www.zambo.ch/Sendungen/myZambo> (Abgerufen: 13.1.2013).

«myZambo» siehst du am Montag, Mittwoch und Donnerstag um 16:55 Uhr auf SF 1 und als Live-Stream auf zambo.ch.»¹⁴

Die angesprochenen Kinder sind nach Grond in der Regel zwischen 10 und 14 Jahren alt. Kindern, die älter als 14 Jahre alt sind, steht es zwar frei, sich die Sendung anzusehen oder auf die Homepage zuzugreifen, ihnen ist es jedoch nicht mehr gestattet, als Community-Mitglied aktiv online mitzuwirken. Das Alter wird jeweils im Vorfeld während des Anmeldeprozesses telefonisch abgeklärt und durch die Eltern bestätigt. Durch diese strikte Altersbegrenzung soll den Kindern nach Grond einerseits die Möglichkeit geboten werden, sich unter Gleichaltrigen auszutauschen, andererseits kann durch die Regelung die Sicherheit der Kinder garantiert werden, da Erwachsene keinen Zugriff haben. Die angestrebte Sicherheit der Homepage zielt auch und insbesondere auf die Unterstützung der Eltern ab, die für die Macher des Kinderprogramms unverzichtbar ist.

Im Folgenden soll nun der Aufbau von MyZambo anhand eines Beispiels genauer erläutert werden: In der Sendung vom 9. Januar 2013¹⁵ geht es um das Thema «Comics», moderiert wird sie von Michel Birri. Eingeladen wurden einerseits der Illustrator und Comiczeichner Franz Zumstein sowie das Zambo-Mitglied Philipp, der selbst gerne Comics zeichnet und diese teilweise sogar animiert. In den darauffolgenden 24 Minuten wird das Gespräch zwischen dem Moderator und seinen beiden Gästen durch verschiedene Beiträge unterbrochen, in denen zum Beispiel Franz Zumstein mit der Kamera bei seiner Arbeit begleitet wird. Auch hier zeigt sich deutlich die Verkettung zwischen den einzelnen Vektoren, da Zumstein gerade ein Bild malt für die neue Geschichte, die im Zambo Radio zu hören sein wird. Zu einem späteren Zeitpunkt wird auch eine Aufnahme von Philipp präsentiert, der sich selbst bei der Erstellung eines animierten

¹⁴ «myZambo». <http://www.zambo.ch/Sendungen/myZambo> (Abgerufen: 14.12.2012).

¹⁵ «myZambo». <http://www.zambo.ch/Sendungen/myZambo/Archiv/myZambo-vom-9.1.2013> (Abgerufen: 12.1.2013).

Comicsstrips gefilmt hat. Im Gespräch stellt der Moderator abwechselungsweise dem geladenen Gast wie auch dem Zambo-Mitglied verschiedene Fragen, die alle auf den Beruf des Comiczeichners abzielen. Eine solche Frage ist beispielsweise, wie man ein professioneller Comiczeichner werden kann.

MyStory¹⁶

Im Doku-Format MyStory werden jeweils Kinder mit der Kamera begleitet. Die gleichaltrigen Zuschauer zu Hause erhalten so Einblicke in das Leben des jeweiligen Kindes und seine Ambitionen und Wünsche. Zugleich wird ihnen dadurch ihre eigene Welt vor Augen geführt. Dabei liefert die Sendung Identifikationsangebote und kann die Kinder dazu anregen, sich selbst Gedanken in Hinblick auf ihr eigenes Dasein zu machen. Ausgangspunkt einer solchen Sendung kann, muss aber nicht, ein Blog eines Zambo-Mitglieds sein. Nach verschiedenen Vorgesprächen wird das Kind von einer Videojournalistin oder einem Videojournalisten (VJ) begleitet. Diese Person ist es dann auch, die das Rohmaterial aussortiert und einen Beitrag dazu produziert.

Dadurch, dass die Kinder nur vor einer Person begleitet werden, besteht die Möglichkeit, eine Vertrauensbasis aufzubauen und so ein intimes Porträt des gefilmten Kindes wiederzugeben. Thomas Grond betont, dass es nicht darum gehe, Personen bloss zu stellen, sondern die «Welt des Kindes» dem Zambo-Publikum zu präsentieren. Unweigerlich stellt sich dabei jedoch die Frage, was Thomas Grond genau unter der Welt seiner Rezipienten versteht und ob es aus der Perspektive einer erwachsenen und aussenstehenden Person überhaupt möglich ist, diese zu erfassen und zu vermitteln.

In der ersten von vier MyStory-Folgen Mein Traumjob¹⁷ geht es beispielsweise um Nathalie und Roland, die für ihren Traumjob

¹⁶ «myStory». <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myStory2> (Abgerufen: 12.1.2013).

¹⁷ «myStory» – Mein Traumjob. <http://www.zambo.ch/Start/Archiv/2012/11/29/TV-Radio/myStory-Mein-Traumjob> (Abgerufen: 12.1.2013).

alles geben würden. Die 12-jährige Nathalie möchte unbedingt Model werden, wofür sie jedes Wochenende in einer Modellschule trainiert. Der Berufswunsch des 14-jährigen Roland hingegen ist, als Tierpfleger sein Geld zu verdienen. Jedes Wochenende hilft er deshalb tatkräftig in einem Tierpark mit.

Die beiden Teenager werden abwechslungsweise vorgestellt und bei ihrer Tätigkeit begleitet. Dabei erklären sie, warum sie unbedingt diesen Beruf ausüben wollen und wie es ihnen bei der Verfolgung ihres Zieles ergeht. Teilweise werden dabei auch Aussagen von Erwachsenen mit eingeflochten, wie beispielsweise das Lob von Hansrudolf Schori, dem Chef-Tierpflegers des Kinderzoos, in dem Roland mithilft, oder der Zuspruch des professionellen Models Elena Kazakova, die sich für Nathalie eine rosige Zukunft verspricht. Gerade in dieser MyStory-Folge fällt auf, dass versucht wird, eine grosse Bandbreite von Kindern anzusprechen. Kann sich ein Zuschauer bzw. eine Zuschauerin vielleicht nicht mit der modebewussten Nathalie identifizieren, ist es Roland, der mit seinen ähnlichen Interessen Sympathien wecken und allfällige Identifikationsangebote bieten kann – oder vice versa. Roland ist ebenfalls in der MyZambo-Folge vom 10. Januar 2013 zu sehen, in der er über seine Tätigkeit im Tierpark und über seine Erfahrungen während des Drehs der MyStory-Folge erzählt. Hier zeigt sich wiederum die Verknüpfung zwischen den einzelnen Formaten im selben Medium.

Beachtung sollte man ebenfalls den Kommentaren der Community-Mitglieder schenken, die direkt ihre Meinung zum Gezeigten kundtun. Dabei unterscheiden sich die Kommentare inhaltlich wie auch in ihrer Länge. Das Zambo-Mitglied nanni2001 eröffnet mit ihrem Kommentar «ich wott au schauspielerin werde» eine Diskussion über Berufswünsche. Andere, wie Leslie2000 finden es einfach nur eine «meeeeega cooli sändig :)». Dann gibt es aber auch solche, die sich direkt zu Nathalie oder Roland äussern. In diesem konkreten Fall ist es besonders Nathalie, die einige Kritik einstecken muss. So formuliert zum Beispiel sunnygirl01: «sorry nathali aber ich find dich nöd psunders hübsch du bisch scho hübsch aber du übertribschäs voll sorry sorry aber du bisch nöd ganz min gschmack.» Diese Kritik wird von einigen Zambo-

Mitgliedern eifrig unterstützt, andere hingegen verteidigen Nathalie, wie beispielsweise Fantasy12: «sorry ihr da... ihr sind voll gemein zu de nathalie. Ich meine, wenn sie a de modelschuel agno worde isch, denn isch sie au hübsch. Also ich find sie hübsch, und ich find au das sie das gar ned übertribt.» Es wird klar, dass die Community-Mitglieder die Sendung nicht nur passiv rezipieren, sondern sich auch Gedanken zum Gesehenen machen und sich darüber aktiv austauschen.

MyClip¹⁸

Ein ganz anderes Format stellt MyClip dar, in dem Kinder aufgefordert werden, selbstgemachte Videos, egal ob mit Handy, Digitalkamera oder Webcam produziert, an die Redaktion zu schicken.¹⁹ Die eingeschickten Videos werden später in der Sendung MyClip gezeigt und sind ebenfalls online abrufbar. Wie man in der MyClip-Sendung Best of 2012 vom 2. Januar 2013 sehen kann,²⁰ werden ganz unterschiedliche Videos eingesendet. Die Spannbreite reicht von einem animierten Video mit Knete und Legosteinen, zu einer gruseligen Geschichte mit dem Titel «Waldhorror» bis zu einer Eigeninterpretation des bekannten Youtube-Hits «Gangnam-Style» des Musikers Psy. Doch auch Basteltipps oder ein Bloggie-Cam-Beitrag, wie der des Zambo-Mitglieds Jan99 finden einen Platz. Der Kreativität scheinen keine Grenzen gesetzt. Das Publikum hat dabei die Chance, selbstproduzierte Videos von Gleichaltrigen zu sehen und könnte dadurch ermutigt werden, ebenfalls zur Kamera zu greifen.

MyZambo, MyStory, MyClip: Mein Kinderprogramm

Im Folgenden soll nun näher auf die Art und Weise wie Kinder in das Programm von Zambo einbezogen werden eingegangen

¹⁸ «myClip». <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myClip2> (Abgerufen: 12.1.2013).

¹⁹ «myClip» – Auf zur Aufnahme. <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myClip2/Auf-zur-Aufnahme> (Abgerufen: 12.1.2013).

²⁰ «myClip» vom 2. Januar. <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myClip2/myClip-vom-2.-Januar> (Abgerufen: 12.1.2013).

werden. Dafür wird in einem ersten Schritt allgemein das «Mitmachfernsehen» genauer beleuchtet und anschliessend die Absichten der Produktionsseite sowie die Möglichkeiten für Kinder, aber auch die Grenzen der Konzeptualisierung des aktiven Einbezugs betrachtet.

Das Kinderfernsehen im Überblick²¹

Das Konzept des Einbezugs von Kindern in speziell auf Kinder ausgerichteten Fernsehprogrammen ist nichts Neues. Bereits in den 1950er Jahren stellten Kinder ein aktives Element des Kinderprogramms in Westdeutschland dar. Als ein Beispiel dafür kann die Sendung von Ilse Obrig genannt werden. Bei ihr sangen und bastelten Kinder nicht nur in der ausgestrahlten Sendung, sondern es wurde auch zum Nachahmen zu Hause aufgefordert.²² Thomas Möbius, Professor für Fachdidaktik Deutsch, gibt allerdings zu bedenken, dass sich «die angestrebte Aktivierung der Kinder [vor dem Bildschirm, – Anm. der Autorin] [...], so lässt sich gegen diese Konzeption der frühen Kindersendungen der 50er Jahre kritisch anmerken, in Grenzen [hielt]; vielmehr handelte es sich um ein Zuschauen, wie andere aktiv waren.»²³

Auch in der Schweiz war gemäss der Medienpädagogin Sara Signer «eine bewahrpädagogische Haltung stark verbreitet»²⁴. Ähnlich wie in Deutschland²⁵ wurden in den 1960er Jahren vermehrt Filme produziert, die auf angenommene Bedürfnisse von Kindern zielten «und die kindliche Fernseh Wahrnehmung und -verarbeitung berücksichtigten»²⁶. Das Kinderfernsehen entwickelte sich in den 1970er und 1980er Jahren immer mehr zum «Vorschulerzieher»²⁷, der soziales Lernen fördern und sprachli-

²¹ Für einen vertieften Überblick über das Kinderfernsehen wird auf Möbius 2008, 450–484 verwiesen.

²² Vgl. ebd., 465f.

²³ Ebd., 466.

²⁴ Signer 2011, 54.

²⁵ Vgl. Möbius 2008, 467.

²⁶ Signer 2011, 54.

²⁷ Ebd., 55.

che Defizite von Kindern aus sozial schlechter gestellten Familien auffangen sollte.

Eine besondere Pionierleistung stellt im Schweizer Fernsehen das wöchentliche Vorschulprogramm Spielhaus dar, das 1968 das erste Mal ausgestrahlt wurde.²⁸ Auch dieses Sendeformat verfolgte pädagogische Ziele, da es galt, die Kinder zu aktivieren und in ihren Fähigkeiten zu fördern.²⁹ In den 1990er Jahren verschob sich «der programmliche Schwerpunkt»³⁰ jedoch zusehends in Richtung eines unterhaltenden und an Einschaltquoten orientierten Angebots.

Seit jeher sind besonders Soaps sehr beliebt. Nach Möbius werden seit Mitte der 1990er Jahre Soaps speziell für ein jugendliches Zielpublikum produziert, in denen die Hauptdarsteller Jugendliche sind, die sich mit den typischen Problemen ihres Zielpublikums auseinandersetzen.³¹ Gerade dieser Gedanke findet sich stark im Kinderprogramm Zambo in Form der Annahme wieder, dass eine verstärkte Identifikation mit Gleichaltrigen stattfindet. Dies ist unter anderem ein Ausgangspunkt für das Einbeziehen der Community-Mitglieder in die verschiedenen Formate.³²

Wichtig in diesem Zusammenhang ist ebenfalls die Einführung der Spartenkanäle für Kinder und Jugendliche ab Mitte der 1990er Jahre in Deutschland. Zu bekannten Spartenkanälen gehören unter anderem KIKA, aber auch SuperRTL, Nickelodeon oder eben auch Zambo. Damit verbunden ist ein konzeptioneller Wechsel des Kinderfernsehens, bei dem der Schwerpunkt nicht mehr auf der einzelnen Sendung liegt, sondern mehr auf dem Gesamtzusammenhang der ausgestrahlten Programme. Blickt man auf das Kinderfernsehen von heute, ist nach Möbius besonders die «horizontale Vernetzung»³³ charakteristisch. «Horizon-

²⁸ Schwarb, Signer und Bonfadelli 2007.

²⁹ Vgl. Grossrieder 2010.

³⁰ Signer 2011, 55.

³¹ Vgl. Möbius 2008, 472.

³² Vgl. folgenden Abschnitt: «Absichten der Produktionsseite».

³³ Möbius 2008, 479.

tale Vernetzung» meint dabei die enge Zusammenarbeit der verschiedenen Medien, die von Thomas Grond als «Trimedialität» bezeichnet wird. Diese ist es auch, die Zambo als Kinderprogramm auszeichnet. Hinzu kommt, dass das Internet neue Kommunikationswege ermöglicht, die den Austausch zwischen Zuschauern und Produzenten begünstigen. So ist nicht das Einbeziehen von Kindern an sich etwas Neues, sondern die erweiterten Kommunikationsmöglichkeiten insbesondere durch das Internet, sowie die starke Vernetzung zwischen Radio, Fernsehen und dem Onlinebereich.

Absichten der Produktionsseite

Nach Grond sieht sich das Kinderprogramm mit höheren moralischen Anforderungen konfrontiert als andere Programme. Aufgrund der Annahme, dass Medien und die vermittelten Inhalte Kinder stark prägen, haben die Macher ihm zufolge die Aufgabe, Werte zu vermitteln. Dies geht Hand in Hand mit einem stummen Bildungsauftrag, gemäss dem laut Grond angestrebt wird, die Kinder korrekt zu informieren, dies im Wissen, dass diese sehr aufnahmefähig sind und nicht die Möglichkeit besitzen, gelieferte Informationen bewusst kritisch zu hinterfragen.

Aufgrund des grossen Anliegens, Kinder in das Kinderprogramm Zambo mit einzubeziehen, legt die Vermutung nahe, dass sich die Produktionsseite neben vermuteten pädagogischen Absichten, durch ihr Vorgehen Vorteile verspricht. Thomas Grond erwähnt im Interview an mehreren Stellen die Tatsache, dass die Programmgestalter anhand der Aktivität ihrer Community-Mitglieder und den Anregungen, Kommentaren und Blogs immer darüber informiert sind, was das Publikum gegenwärtig interessiert und was nicht. Dahinter steht nach Thomas Grond folgende Idee:

«Wir haben die Idee, dass wir ein Programm für ein Publikum mit dem Publikum machen können. [...] Wir haben die Idee, dass unser Publikum, die, die bei uns aktiv sind, interessant sein kann für solche, die nicht so aktiv sind. Darum machen wir Inhalte, in denen relativ häufig Community-Mitglieder

vorkommen. Was auch mitspielt ist das, was ich vorhin bei MyFotoshooting angetönt habe. Wenn man in einer Fernseh-sendung mitmachen kann, ist das, zumindest im Moment, 2012, noch attraktiv. [...] Die Idee ist aber natürlich, etwas zu machen, das für das Publikum interessant ist. Darum bietet es sich fast an, unsere Community miteinzubeziehen, denn sie sagen uns, was interessant ist.»

Basierend auf dieser Aussage, lassen sich drei Absichten und die damit verbundenen Vorteile für die Produktionsseite formulieren. Einerseits geht Thomas Grond davon aus, dass ein Interesse des Publikums auf Basis einer Identifikation mit gleichaltrigen Community-Mitgliedern besteht. In eine ähnliche Richtung geht auch die von den Medienpädagogen Claudia Raabe, Klaus Rumm-ler und Judith Seipold formulierte Aussage:

«Trägt Fernsehen, insbesondere Kinderfernsehen, zur Orien-tierung in der jeweiligen Lebenswelt der Kinder bei? In der Diskussion herrscht die Hoffnung vor, eine realitätsnahe Dar-stellung der kindlichen Lebenswelt, insbesondere mit heuti-gen und hiesigen Kindern als Protagonisten, unterstütze Kin-der, sich auch in ihrer Lebenswelt zu orientieren und zurecht-zufinden.»³⁴

Es kann vermutet werden, dass genau dieser theoretische Ge-danke einer der Gründe für den praktischen Einbezug von Kin-dern in das Kinderprogramm darstellt. Hinzukommt, und das ist der zweite Punkt, dass man sich von den Community-Mitgliedern Orientierung erhofft, wenn es darum geht einzuschätzen, welche Inhalte interessant sind und welche nicht. Damit verbunden ist ein weiterer Aspekt: Durch den Einbezug von Kindern und den damit erhaltenen Zugang zu deren Präferenzen, können die In-halte dem Publikum angepasst werden, um höhere Einschaltquo-ten zu erreichen.

Der dritte Vorteil lässt sich aus folgender Aussage von Thomas Grond hinsichtlich der ernst zu nehmenden Konkurrenz aus dem

³⁴ Raabe, Rumm-ler und Seipold 2007, o. S.

Ausland, besonders aus Deutschland erschliessen: «Wir versuchen einfach, einen schweizerischen Zugang zu Themen zu finden und bei denen wir auch versuchen, unsere Community zu integrieren. [...] Dann haben wir eine Chance. Die Deutschen haben eine Grösse, da können wir gleich einpacken.»

Es zeigt sich hier, dass gerade bei eigenen Formaten wie MyStory – nicht zuletzt durch die Sprache – die Möglichkeit besteht, einen lokalen Zugang zu Themen zu finden, der den ausländischen Kinderprogrammen verwehrt bleibt. Zudem haben gerade Kinder bei Zambo die Möglichkeit, selbst im Fernsehen aufzutreten, was nach Grund enorm attraktiv zu sein scheint. In diesem Zusammenhang kann auf Albert Schäfer und Diana Schulte-Kellinghaus, beide in der Filmbranche tätig, verwiesen werden, die in Bezug auf den Kinderkanal folgende Aussage formulieren:

«Junge Zuschauer sind technischen Innovationen gegenüber unbefangener und damit aufgeschlossener als die meisten Erwachsenen. [...] Dem Kinderkanal geht es nicht darum, dass in ein laufendes Programm verändernd eingegriffen werden kann. Vielmehr geht es um die Möglichkeiten des Mitmachens. [...] Zugleich schaffen interaktive Angebote eine grosse Zuschauerbindung.»³⁵

Es ist klar, dass man sich von einer starken Zuschauerbindung hohe Einschaltquoten verspricht. Gerade hier offenbaren sich jedoch Grenzen, wenn man sich der Wichtigkeit der Einschaltquoten bewusst wird. Durch diese Form der Abhängigkeit vom Publikum bleibt kein Platz für Formate, die nur einen kleinen Teil der Rezipienten ansprechen.

Ein weiterer interessanter Aspekt zeigt sich bei der Betrachtung des Online-Bereichs: Zambo bietet Kindern die Möglichkeit, als Community-Mitglieder auf der Homepage aktiv zu sein. Aktiv bedeutet in diesem Zusammenhang, dass Kinder die Möglichkeit haben, Blogs zu verfassen, Beiträge anderer Mitglieder zu kom-

³⁵ Schäfer und Schulte-Kellinghaus 2003, 180.

mentieren und miteinander zu kommunizieren. Thomas Grond äussert sich wie folgt dazu:

«Damit geben wir Kindern die Möglichkeit, teilweise auch die ersten Gehversuche mit Social Media zu machen mit dem Internet, denn bei uns dürfen sie darauf. Bei uns können sie etwas ausprobieren, da wir <safe> sind. [...] Ich denke, dass man auch deshalb nicht aktivieren muss – die dabei sind – denn: <Aha, ich darf. Jetzt nutze ich die Chance, die Möglichkeit, die ich dort habe.>»

In dieser Aussage wird deutlich, dass damit nicht nur den Kindern die Möglichkeit geboten wird, Medienkompetenz im Bereich Social Media zu entwickeln oder zu verfeinern, sondern die Macher gleichzeitig durch die betonte Sicherheit der Online-Umgebung das Vertrauen der Eltern zu gewinnen suchen, insbesondere im Vergleich – wenn diese Vergleiche ziehen – zu anderen, nicht derart sicheren, virtuellen Plattformen.

Möglichkeiten und Grenzen des Einbezugs

Wie bereits im vorherigen Kapitel erwähnt ergeben sich durch die sichere Online-Umgebung Chancen für die Kinder, wenn es um den Auf- und/oder den Ausbau von Medienkompetenz geht. Betrachtet man die Plattform, so fällt die Nähe zu Facebook auf, da dem Benutzer beispielsweise ebenfalls eine Pinnwand zur Verfügung steht. Ob eine solche Art von Vorbereitung für weniger sichere und geschützte Social Networks eine Notwendigkeit ist oder doch eher ein Zeichen von unkritischer Untermauerung medialer Trends, bleibt eine kritisch zu diskutierende Frage.

Festzuhalten ist jedoch, dass Zambo den Kindern online die Möglichkeit bietet, sich untereinander ungestört auszutauschen und neue Kontakte auch ausserhalb der Region zu knüpfen. Neben der Kommunikation mit anderen Kindern, können die Community-Mitglieder jedoch auch mit den redaktionell Verantwortlichen insbesondere durch Blogs in Kontakt treten. In Bezug auf die dabei angesprochenen Themen äussert sich Thomas Grond wie folgt:

«Ein Kind hat gebloggt, dass sein Haustier gestorben ist. Das ist ein grosses Thema, das man auch auf die Menschen ausweiten kann. Weil die Kinder kommen in ein Alter, in dem die Grosseltern sterben. Ergo: Wir schauen, wie wir mit dem Thema umgehen können. Also unterstützen. Das kann auch sein, was mache ich zum Muttertag.»

Dahinter steht natürlich wiederum der Gedanke, dass das Thema eines einzelnen Blogs weitere aktive Community-Mitglieder und auch das inaktive Publikum interessieren kann.

Es stellt sich jedoch die Frage nach der redaktionellen Verantwortung gegenüber den Zambo-Nutzern: Bei der Betrachtung des Formats MyStory³⁶ fällt zum Beispiel der Beitrag über Nathalie auf. Der Modelwunsch einer 14-jährigen und das damit implizierte Nachahmen von in der Gesellschaft nicht als unproblematisch angesehenen Idealen, könnte sicherlich kritischer hinterfragt und differenzierter beleuchtet werden. Einen Anknüpfungspunkt liefert dafür Nathalies Mutter selbst, die dem Berufswunsch ihrer Tochter zu Beginn sehr kritisch gegenüberstand, wie sie im Beitrag erwähnt. Aufgrund der Kommentare der Community-Mitglieder lässt sich aber annehmen, dass diese sich durchaus selbst eine Meinung zum Gesehenen bilden und diese auch kundtun. Die Kritik gilt dabei interessanterweise jedoch eher Nathalie als Person, nicht ihrem Berufswunsch und den damit verbundenen Werten.

Allgemein fällt bei der Betrachtung der Beiträge auf, dass äusserst selten zu kritischer Reflexion seitens der Programmacher aufgefordert wird. So fehlt auch eine differenzierte Sicht auf die Nutzung verschiedener Medien und den Umgang mit Social Media. Gerade dies wäre in einer medienfokussierten Welt für die Sozialisation von Kindern aber relevant, zumal Zambo selbst ein multimediales Angebot für Kinder ist und erklärtermassen – laut Grund – auch pädagogische Verantwortung trägt.

³⁶ Siehe vorhergehenden Abschnitt: «Analyse dreier verschiedener Formate».

Schlussbemerkung

In der Auseinandersetzung mit dem Kinderprogram Zambo hat sich gezeigt, dass der Einbezug von Kindern für die Produzenten einerseits eine Notwendigkeit darstellt, wenn sich das Programm gegen ausländische Konkurrenten durchsetzen soll. Andererseits bietet es ihnen die Möglichkeit, durch die Kommunikation mit Kindern, die Inhalte ihren Interessen entsprechend anzupassen.

Zusätzlich erhofft man sich von der aktiven Teilnahme von Kindern in verschiedenen Formaten, das Interesse von Gleichaltrigen zu gewinnen, da sie sich mit ihnen identifizieren können. Die Folge dieses Vorgehens ist eine Form von Publikumsbindung, die mit hohen Einschaltquoten einhergeht. Die Absicht und das Ziel der Macher scheinen damit in erster Linie gewinnfokussiert. Von der Konzeption als Mitmachprogramm profitieren jedoch auch die Kinder als Rezipienten des trimedialen Angebots: So können sie in der sicheren Online-Umgebung erste Gehversuche mit Social Media wagen. Der gewährleistete Schutz zielt jedoch auch auf die Befürwortung der Eltern ab, die einen grossen Einfluss auf die Rezeptionsgewohnheiten ihrer Kinder und deren Nutzung von Medienangeboten ausüben.

Eine kritisch zu diskutierende Frage bleibt die Stellung der redaktionell Verantwortlichen, wenn es um eine differenzierte Beleuchtung der Beiträge und den Anstoss zur Reflexion seitens der Kinder geht. Hinzu kommt eine weitere Problematik, gerade wenn man das als positiv bewertete Bereitstellen einer sicheren Online-Umgebung betrachtet. Durch die suggerierte Normalität, mit der die Onlinekommunikation und Selbstpräsentation durch Blogs präsentiert werden, wird die grundsätzliche Frage, wie sinnvoll oder wichtig Social Media an sich sind, erst gar nicht gestellt. Die Kinder können so kein Bewusstsein dafür entwickeln, dass auch die Möglichkeit besteht, sich gegen Facebook, Twitter und Co. zu entscheiden. Dies erscheint schwierig, wenn man sich der starken Vernetzung der verschiedenen Medien bewusst wird, die den Anreiz bieten, beispielsweise aktiv im Online-Bereich mitzuwirken, um so auf die Beiträge im Fernseh-

hen Einfluss nehmen zu können, weil sie konstant aufeinander verweisen.

Betrachtet man die Art und Weise des interaktiven Einbezugs von Kindern in und durch Zambo, fällt auf, dass es sich um keine historisch noch nie dagewesene Form von Kinderfernsehen handelt. Der Unterschied zu den Vorgängern besteht in der Konzeption von Zambo als einem Mitmachprogramm, das sich auf die drei Vektoren Fernsehen, Radio und Internet stützt. Das Neue ist also nicht das ‹Mitmachen›, sondern das ‹Programm› und zwar auch, wenn sich die Kombination der Vektoren verändert. Hier zeigt sich eine historisch neue Flexibilität mit Blick auf die Einbezugsmöglichkeiten von Kindern mit Hilfe der verschiedenen Medien als auch auf die damit verbundenen Wege der Zuschauerbindung.

Nach dieser vertieften Auseinandersetzung mit den Hintergründen des Einbezugs von Kindern in Zambo stellt sich die Frage, in welchem Verhältnis die Idee, Kinder dazu zu ermächtigen, Produzenten ihres eigenen Programms zu sein, zu den auffallenden Vorteilen für die Produktionsseite steht. Ich denke, es wäre naiv zu glauben, dass die Macher von Zambo gegen ihre eigenen Interessen handeln würden. Eine Gewinnbestrebung liegt auf der Hand. Dies sagt jedoch nichts über die konkrete Inanspruchnahme des Angebots durch die Kinder selbst aus. Im Falle von Zambo wird Kindern ein breites Spektrum an Optionen geboten, die sich durch unterschiedliche Aktivitätsgrade auszeichnen. So bleibt es den Kindern selbst überlassen, in welchem Masse sie mitwirken wollen. Sie können die Formate rezipieren und auf die Homepage zugreifen, ohne als Community-Mitglied angemeldet zu sein. So haben sie erweiterte Möglichkeiten, auf die Inhalte zuzugreifen. Die Umsetzung des Einbezugs liegt somit nicht nur bei den Produzenten, sondern auch bei den Kindern.

Quellenangaben

Literatur

- Bogner, Alexander, Beate Littig und Wolfgang Menz (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2001).
- Bogner, Alexander und Wolfgang Menz: Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In: Alexander Bogner, Beate Littig und Wolfgang Menz (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2001), 33–70.
- Grossrieder, Beat: Zwischen 'Spielhaus' und 'SpongeBob'. Bildungsinhalte für Kinder haben im Schweizer Fernsehen einen schweren Stand. In: Neue Zürcher Zeitung, 11. Oktober 2010. http://www.nzz.ch/nachrichten/startseite/zwischen_spielhaus_und_spongebob_1.7942258.html (Abgerufen: 28.11.2012).
- Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11., aktualisierte und überarbeitete Aufl. Weinheim: Beltz, 2010 (1983).
- Meuser, Michael und Ulrike Nagel: ExpertenInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Alexander Bogner, Beate Littig und Wolfgang Menz (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. 2. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2005 (2001), 71–93.
- Möbius, Thomas: Kinderfilm und Kinderfernsehen. In: Reiner Wild (Hg.): Geschichte der deutschen Kinder- und Jugendliteratur. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl. Stuttgart und Weimar: J.B. Metzler, 2008 (1990), 450–484.
- Przyborski, Aglaja und Monika Wohlrab-Sahr: Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch. 3. korrigierte Aufl. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2010 (2008).

Raabe, Claudia, Klaus Rummler und Judith Seipold: Orientierung, Gender, Medienkompetenz. Beiträge des Fernsehens zur Lebensgestaltung und Alltagsorientierung von Kindern. Ergebnisse einer qualitativen und quantitativen Fernsehprogrammanalyse. In: Kinderfernsehen wieder zum Thema machen! MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung (13), 2007, <http://www.medienpaed.com/Documents/medienpaed/13/raabe0710.pdf> (Abgerufen: 28.11.12).

Schäfer, Albert und Diana Schulte-Kellinghaus: Der Kinderkanal. Ein Programm, dem Programm verpflichtet. In: Wolfgang Buresch (Hg.): Kinderfernsehen. Vom Hase Cäsar bis zu Tinky Winky, Dipsy und Co. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003, 172-186.

Schwarb, Ursula, Sara Signer und Heinz Bonfadelli: Der Bildungsauftrag im Schweizer Kinderfernsehen. In: Kinderfernsehen wieder zum Thema machen! MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung (13), 2007. <http://www.medienpaed.com/Documents/medienpaed/13/schwarb0707.pdf> (Abgerufen: 28.11.2012).

Signer, Sara: Qualität im Kinderfernsehen aus Rezipienten- und Angebotsperspektive am Beispiel des Schweizer Kinderfernsehens von 1965 bis 2009. In: Ingrid Tomkowiak (Hg.): Perspektiven der Kinder- und Jugendmedienforschung. Zürich: Chronos, 2011, 49-70.

Internet

«myClip». <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myClip2> (Abgerufen: 12.1.2013).

«myClip» – Auf zur Aufnahme. <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myClip2/Auf-zur-Aufnahme> (Abgerufen: 12.1.2013).

«myClip» vom 2. Januar. <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myClip2/myClip-vom-2-Januar> (Abgerufen: 12.1.2013).

«myStory». <http://www.zambo.ch/Start/TV-Radio/myStory2> (Abgerufen 12.1.2013).

«myStory» – Mein Traumjob. <http://www.zambo.ch/Start/Archiv/2012/11/29/TV-Radio/myStory-Mein-Traumjob> (Abgerufen 12.1.2013).

«myZambo». <http://www.zambo.ch/Sendungen/myZambo> (Abgerufen: 13.1.2013).

«myZambo». <http://www.zambo.ch/Sendungen/myZambo> (Abgerufen: 14.12.2012).

«myZambo» vom 9.1.2013. <http://www.zambo.ch/Sendungen/myZambo/Archiv/myZambo-vom-9.1.2013> (Abgerufen: 12.1.2013).

Interview

Thomas Grond, Interview vom 5.12.2012 in Zürich.