

## Burkhard Fuhs: Kindliche Massen- und Populärkultur als Herausforderung?

Das Konzept Populärkultur, das kulturelle Phänomene in Industriegesellschaften beschreibt, lässt sich nur bedingt auf Kinderkultur übertragen. Insbesondere kulturpessimistische Deutungen von Kindheit als Bühne der erwachsenenorientierten Auseinandersetzung mit sozialem Wandel greifen deutlich zu kurz. Kindliche Populärkultur umfasst alle Generationen, Kinderkultur verbindet Populäres und spezifische Kindheitsbilder der Erwachsenen, die kindliches Handeln im Kontext von Medien und Konsum mit pädagogischen Erwartungen aufladen. Die Kategorie des ‚Populären‘ kann in der Kindheitsforschung indes ertragreich sein, wenn Analysen des kulturellen und sozialen Wandels mit einer Akteursperspektive auf Kinder und Erwachsene verbunden werden. ‚Kindliche Populärkultur‘ sollte als ‚Kultur der Unterhaltung‘ gefasst werden, die Aufmerksamkeit sollte den Kindern selbst gelten, die sich in kindlichen Bildungsprozessen – in der performativen und generational gerahmten Aneignung von Massenphänomenen – ‚eine‘ Welt erschließen und Formen gelingenden Handelns erproben.

### Literatur

ARD (2010). Basisdaten Fernsehnutzung. [www.ard.de/intern/basisdaten/fernsehnutzung](http://www.ard.de/intern/basisdaten/fernsehnutzung) [Zugriff: 29.12.2010]

Bauer, Karl W./Hengst, Heinz (1980). Wirklichkeit aus zweiter Hand. Kindheit in der Erfahrungswelt von Spielwaren und Medienprodukten. Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Feil, Christine (2003). Kinder, Geld und Konsum. Die Kommerzialisierung der Kindheit. Weinheim/München: Juventa.

Fuhs, Burkhard (2007). Brauchen Kinder (noch) die Werte, wie sie im Bilderbuch vermittelt werden? In: Thiele, Jens (Hrsg.), Neue Impulse der Bilderbuchforschung. Wissenschaftliche Tagung der Forschungsstelle Kinder- und Jugendliteratur der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg 13.-15. September 2006. Baltmannsweiler, S. 16-47.

Hengst, Heinz (2002). Zur Verselbstständigung der kommerziellen Kinderkultur. In: *Television*, 15 (2002) 2, S. 45-51.

Hengst, Heinz (2001). Kinderkultur und -konsum in biographischer Perspektive. In: Behnken, Imbke/Zinnecker, Jürgen (Hrsg.), *Kinder. Kindheit. Lebensgeschichte. Ein Handbuch*. Seelze Velber: Kallmeyersche Verlagsbuchhandlung, S. 855-869.

Hügel, Hans-Otto (2003). Einführung. In: Hügel, Hans-Otto (Hrsg.), *Handbuch Populäre Kultur*. Stuttgart: Metzler, S. 1-22.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2006; 2008). KIM 2006 und 2008. Kinder und Medien, Computer und Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart. [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) [Zugriff: 27.12.2010]

Maase, Kaspar (1994). Spiel ohne Grenzen. Von der „Massenkultur“ zur „Erlebnisgesellschaft“. In: *Zeitschrift für Volkskunde*, 90 (1994) 1, S. 13-36.

Warneken, Bernd Jürgen (2006). *Die Ethnographie populärer Kulturen. Eine Einführung*. Wien/Köln/Weimar: UTB.

# merz

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

**merz** | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München  
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | [www.merz-zeitschrift.de](http://www.merz-zeitschrift.de)

Willis, Paul (1979). Spaß am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule. Frankfurt: Syndikat.