

Dafna Lemish

Vorbereitung auf den Kriegsfall

Das israelische Kinder- und Jugendfernsehen in Kriegszeiten

Die FernsehproduzentInnen in Israel bereiteten sich intensiv auf den Irak-Krieg vor, nicht zuletzt deshalb, weil der Ausbruch eines Krieges in Israel ebenso möglich schien. Aufgrund der großen Erfahrung mit derartigen Krisensituationen waren die Sendeanstalten gut gerüstet und versuchten, einen Weg zu finden, um ihr junges Fernsehpublikum einerseits über den Krieg zu informieren, andererseits jedoch so etwas wie Normalität und Alltag zu vermitteln.

Bereits Monate vor Ausbruch des Irak-Krieges bereiteten sich die israelischen Fernsehanstalten auf verschiedene Kriegsszenarien vor. Aufbauend auf den Erfahrungen, die sie bereits zu früheren Zeiten lebensbedrohender Krisen gesammelt hatten, bereiteten sie sich mit hoher Professionalität auf den Krieg vor. Die Umstände im Jahr 2003 waren jenen, die 1990 dem Golfkrieg vorangingen, recht ähnlich (Tidhar u. Lemish 1994). Ab Anfang Herbst 2002, als Präsident Bushs Kriegsdrohungen konkret wurden, kam auf das israelische Fernsehen die Herausforderung zu, für einen Krieg zu planen und vorzubereiten, der vielleicht gar nicht stattfinden wird. Zahlreiche Unsicherheiten prägten die Situation: Wird Israel überhaupt am Krieg beteiligt sein? Wenn ja, wird man sich den Alliierten aktiv anschließen? Oder wird man mit dem Konflikt gar nichts zu tun haben? Jede dieser Alternativen hätte für die Me-

dien eine vollkommen andere Vorgehensweise bei der Planung mit sich gebracht. Klar war aufgrund früherer Erfahrungen mit Kriegsberichterstattung nur, dass sich das Mediengeschehen auf die Kampfgebiete an den Grenzen konzentriert.

In solchen Kriegssituationen erfüllen die Medien drei zentrale Funktionen: Informationsvermittlung, Stellungnahmen und Abbau der Anspannung (Peled u. Katz 1974).

Ähnlich wie zu Zeiten des Golfkrieges verbreiteten die Medien Aussagen der Politiker, der Irak besitze nicht nur konventionelle Waffen, sondern auch biologische, chemische und sogar atomare Gefechtsköpfe. Und er sei in der Lage und auch willens, die Zivilbevölkerung damit anzugreifen. Zudem bestand die Gefahr, dass sich Israels feindlich gesinnte Nachbarn und Terrororganisationen die Situation zunutze machen könnten, um Israel anzugreifen. Angesichts einer derart komplizierten und vagen Sachlage lastete auf den Medien eine gewaltige Last und Verantwortung.

Wie sollte sich ein Fernseh- oder Radiosender adäquat auf das Unbekannte vorbereiten?

Drei Fernsehkanäle, die den Großteil des jungen Publikums in Israel erreichen, legten ihren Schwerpunkt auf die Bedürfnisse von Kindern: (a) Israeli Educational Television Center (IETC), ein öffentlicher Sender, der sich die Frequenzen mit der Israeli-

sehen Fernsehanstalt (IBA) teilt; (b) der Kinderkanal (CH 6), ein privater Kabelkanal, der für Kinder jedes Alters gedacht ist, insbesondere Volksschüler; und (c) HOP!, ein privater Kabelkanal, der sich an 2- bis 7-Jährige mit dem erklärten Ziel richtet, ein lehrreiches und »sicheres« Fernseh Umfeld anzubieten. Keiner der drei Kanäle zeigt Werbung.

In der zweiten Aprilwoche 2003, kurz nach der Invasion der amerikanischen Streitkräfte im Irak, führte ich narrative Interviews mit den Programmleitern dieser Sender:

- (a) AD vom Bildungskanal, ein erfahrener Fernsehprofi in den Fünfzigern, der seit 30 Jahren für den Sender arbeitet und in verschiedenen Positionen tätig war, bis er zum Programmdirektor berufen wurde.
- (b) KZ von Channel 6 – eine Frau in den Dreißigern, seit 10 Jahren beim Sender; sie begann als Texterin, wurde Programmredakteurin und hat jetzt die Position der Programmchefin übernommen.
- (c) AA von HOP! – eine Frau in den Vierzigern, seit der Gründung des Senders vor 5 Jahren ist sie Mit-eigentümerin und eine der DirektorInnen; sie besitzt Berufserfahrung im Bereich Bildungsmedien.

Alle drei stehen in engem Kontakt mit Kindern, sind mit deren Medienbedürfnissen bestens vertraut und haben alle eigene Kinder in verschiedenen Altersgruppen.

Ihren Aussagen zufolge konzentrierten sich die Vorbereitungen für die Sendungen vor und während des Krieges auf zwei Hauptbereiche: Lo-

gistik des Sendebetriebs und Programminhalt. In den folgenden Ausführungen lege ich den Schwerpunkt auf die Inhalte der Kinder- und Jugendsendungen während des Krieges und stelle das Thema Logistik kurz voran.

Logistik für den Kriegsfall

Aufgrund der Erfahrungen aus der Vergangenheit erhielten alle drei Sender von den Landesbehörden die Einstufung »Unternehmen von entscheidender Bedeutung«. Dieser Notfallstatus gewährleistet eine reibungslose Fortführung des Betriebs im Kriegsfall. Bei einem Notfall werden alle vorbereiteten Kinder- und Jugendsendungen im Endlosbetrieb ausgestrahlt.

Für den Fall, dass die Sender direkt beschädigt werden oder das Personal nicht mehr am Arbeitsplatz erscheinen kann, wurden alternative Sendestationen eingerichtet und Kopien der Videobänder an verschiedenen Orten gelagert. Der regierungseigene Sender IETC beispielsweise wird in jedem Haushalt empfangen; er ist die größte der drei Sendeanstalten und mit seinen 30 Jahren Sendetätigkeit auch die älteste mit dem höchsten Marktanteil. Sein Notfallplan enthält unter anderem den organisatorischen Ablauf für die Nutzung des atombombensicheren Spezialschutzraums, die Planung von Listen für die Personalbesetzung in diesem Schutzraum und die vorbereitenden Planungen für den Fall, dass der Sender von feindlichen Truppen eingenommen oder zerstört wird.

Außerdem musste der Sender darauf vorbereitet sein, dass seine Frequenzen immer wieder von den israelischen Streitkräften (Israeli Defense Forces IDF) benutzt werden, um Verteidigungsanweisungen an die Zivilbevölkerung weiterzugeben, sie zu alarmieren usw. Alle MitarbeiterInnen des Senders erhielten klare Verhaltensmaßregeln für den Fall eines

Kriegsausbruchs. Alle drei Interviewpartner zeigten sich zuversichtlich, die Logistik in ihren Unternehmen vollkommen im Griff zu haben, sie äußerten sich daher in der Hauptsache zu inhaltlichen Themen.

Inhalt

Auch für die beiden jüngeren Sender ist es keine neue Erfahrung, sich in Zeiten nationaler Krisen auf die Bedürfnisse des jungen Publikums einzustellen. Die vielen Krisensituationen, die sich während der vergangenen drei Jahre durch die Selbstmordattentäter ergeben haben, zwangen die Programmdirektoren dazu, ihre Sendepäne nahezu täglich zu überarbeiten. In den Interviews sprachen sie von den Zwangslagen, in denen sie sich befanden, und welche Entscheidungsfindungsprozesse bzw. Aktionen daraufhin folgten.

a) Den gewohnten Sendeablauf beibehalten oder ändern?

Für alle drei Sender war es die größte Herausforderung, die richtige Balance zwischen dem gewohnten Sendeablauf und der Notwendigkeit, die harte Realität im Leben der Kinder zu zeigen, beizubehalten. »Diese Problematik beschäftigt uns seit Jahren. Wir kommen einfach nicht daran vorbei. Während der vergangenen anderthalb Jahre haben wir einen Modus gefunden, der uns richtig erscheint: Wir begeben uns auf die ständige Gratwanderung zwischen Informationsangebot, Behandlung und Beleuchtung des Themas und dem Versuch, den normalen Ablauf einer Sendeanstalt zu gewährleisten«, erklärte KZ von CH6. Dieses Dilemma wurde bei HOP! sogar als noch größere Herausforderung empfunden, so die Programmchefin AA: »Aufgrund des Alters unserer Zielgruppe gab es viele und lange Überlegungen, denn wir glauben, Eltern schätzen an HOP! am meisten, dass wir die Kinder schützen und einen geregelten

Ablauf aufrechterhalten wollen. Umso problematischer wurde für uns daher die Frage, wie und in welchem Umfang wir den Sendeablauf ändern sollten. (...) In gewisser Weise stellten wir uns als Sender, der einen geregelten Ablauf als Form des Schutzes anbietet, selbst ein Bein. Andererseits spürten wir auch die Ängste der Menschen. Daher kamen wir zu dem Schluss, dass es auch nicht in Ordnung wäre, uns völlig herauszunehmen. Wir kamen zu der Überzeugung, dass für die Kinder sonst der Graben zwischen der Welt, die sie im Fernsehen erleben, und den Erfahrungswerten im Kreis der Familie oder Vorschule zu groß würde.«

Alle drei Programmchefs vertraten die Auffassung, dass ihnen die Situation des Landes am Rande eines Krieges mit dem Irak keine andere Wahl ließ, als Änderungen im Sendeablauf vorzunehmen, da alle Kinder jedes Alters der Kriegsbedrohung ausgesetzt waren (s. a. Lemish in dieser Ausgabe). Man suchte nach klaren Kriterien, um eine Änderung im Sendeablauf zu rechtfertigen, und zählte dazu entweder eine größere Störung im Ablauf des Lebens der Kinder selbst (z. B. geschlossene Schulen) oder einen größeren Angriff von Terroristen, der viele Menschenleben gekostet hatte und in allen Fernsehstationen gebracht wurde. AD vom IETC erklärte: »Wir waren der Ansicht, es handele sich um einen landesweiten Notfall, ähnlich wie bei dem Fall im Dolphinarium (dort passierte eine der schwerwiegendsten Selbstmordattacken in einem Club am Meer, wo viele Teenager, die dort gerade eine Party feierten, ihr Leben verloren). Unserer Empfindung nach durchlebten Kinder und Jugendliche ein äußerst komplexes Trauma, das wir in irgendeiner Form ansprechen mussten. (...) Während des Golfkrieges hatten wir ein Notfallstudio eröffnet, da die Schule ausgefallen war. Auch dieses Mal gingen wir wieder damit auf Sendung, denn am ersten Kriegstag gingen nur 20 % der Kin-



Abb. 1: Der Moderator erklärt den Kindern den Umgang mit der Gasmask (HOP!)

der zur Schule, 50 % am darauf folgenden Tag, und 60 % am dritten Tag.« (Die Schulen waren zwar von offizieller Seite her dazu angehalten worden, den Betrieb aufrechtzuerhalten, aber viele Eltern waren zu sehr um die Sicherheit ihrer Kinder besorgt.)

Ebenso sprachen alle drei Interviewpartner davon, dass sie ihre Rolle darin sahen, den Kindern eine Insel der Normalität zu bieten, einen Ort zum Entfliehen vor den unerträglichen Spannungen, die sie umgaben. Einen Ort, an dem sie in einem »sicheren Umfeld« (HOP!) »in Frieden aufwachsen können« (CH6).

b) Was brauchen Kinder?

Die Entscheidung, sich der Situation im Lande anzupassen, konfrontierte die Programmchefs wiederum mit einer ganzen Reihe kleinerer Entscheidungsnotwendigkeiten in ihrem Bemühen, die richtige Balance zwischen gewohntem Sendeablauf und Krieg zu finden. An erster Stelle stand die Ermittlung der besonderen Bedürfnisse, die Kinder in Zeiten einer Kriegsbedrohung haben, und wie diese am besten befriedigt werden können. Am wichtigsten war es ohne Zweifel, die Kinder zu Hause und in Sicherheit zu haben. Dort waren Erwachsene und Schutzunterkünfte in der Nähe, für den Notfall konnten Informationen empfangen werden, und die Kinder waren nicht den Gefahren der Straße ausgeliefert. »Wir empfanden uns als »Babysitter« und Notfallmedium, das die Kinder zu

Hause – wenn nötig – mit Informationen versorgt«, erklärte AD vom IETC. Kreative Wege zu finden, wie man Kinder beschäftigt, stand unter anderem auch auf dem Plan von CH6: »Wir bereiteten unzählige Skripts vor, um für alle Eventualitäten gerüstet zu sein. (...) Sie müssen sich vorstellen, wir saßen stundenlang in abgedichteten Räumen, also muss man Dinge vorbereiten, die man dort auch tun kann, sonst gehen die Kinder den Eltern den ganzen Tag auf die Nerven und machen sie verrückt. Also braucht man für sie alle möglichen Spiele, Rätsel und interaktive Tätigkeiten«, so die Schilderung von ZK. Alle drei Programmchefs hatten jedoch klar erkannt, dass ein bedeutendes Potenzial darin lag, neben der Babysitterfunktion noch andere, sehr wichtige Bedürfnisse befriedigen zu können. Die Kinder waren zu Hause, aber sie brauchten mehr als einen funktionierenden Fernseher, der im Fall eines Raketenangriffs Alarm gab. Sie benötigten Hilfe, um mit ihrer Anspannung fertig zu werden, und Wege, ihre Ängste abzubauen. Sie brauchten auch Antworten auf ihre zahlreichen sachlichen Fragen, das half ihnen, ihre Ängste in den Griff zu bekommen und ein gewisses Wohlergehen zu gewährleisten. Diese beiden Funktionen – Entspannung und Information –, die zunächst widersprüchlich erscheinen, waren nach Meinung der Interviewpartner eng miteinander verwoben.

Die verschiedenartigen Herangehensweisen der drei Sender an die Situation unterschieden sich je nach Altersgruppe des Zielpublikums, je nach Erfahrungswerten aus der Vergangenheit, persönlichen Vorlieben usw. Während der ersten Kriegstage ging das IETC mit einem »Live Studio« auf Sendung, das zwischen den regulären Programmpunkten viele Live-Einspielungen brachte, z. B. mit Experten, Studio-Telefonaten, Nachrichtenberichten, Spezialberichten zur Verteidigung während einer kriegerischen Auseinandersetzung,

Angst-Management usw. HOP! produzierte 16 spezielle Kurzbeiträge, die sich mit den Ängsten und Fragen kleiner Kinder zum Krieg beschäftigten, dabei benutzten sie die vertrauten Schauspieler und Puppen des Senders. Den Kindern wurde so vermittelt, dass ihre Fragen und Bedenken relevant sind (z. B.: Wo mache ich im Bunker Pipi? Warum sind meine Eltern so nervös und ungeduldig? Wofür sind Gasmasken?), und sie bekamen das Gefühl, dass nicht alles völlig an ihrem Leben vorbeigeht. Es gab z. B. Vorschläge, wie man die Schutzunterkünfte ausschmücken konnte, Übungen zum Umgang mit der Gasmask (s. Abb. 1 und 2). CH6 erarbeitete einen sehr ausführlichen Plan für den Fall, dass die Schulen geschlossen werden müssen, inklusive einer kompletten Sendereihe sowie Beiträgen zu psychologischen und praktischen Themen, Kurzinformationen zum Krieg und vielen Ideen zum Basteln, damit sich die Kinder zu Hause beschäftigen können. Ein Teil der Sendezeit wurde auch dazu genutzt, den Umgang mit Gasmasken zu üben, und zwar zum gleichen Zeitpunkt wie auch die Gesamtbevölkerung instruiert wurde, sich ihre Schutzausrüstung anzusehen und den Umgang damit zu lernen. Die Kindernachrichten, die jeden Nachmittag ausgestrahlt werden, befassten sich intensiver als sonst mit kriegsverwandten Themen.



Abb. 2: Die beiden Puppen Alik und Balik üben gemeinsam mit dem Moderator die Anwendung von Gasmasken (HOP!)

c) *Wie viel ist zu viel?*

Alle teilten die Auffassung, dass man den Kindern Möglichkeiten zur Beschäftigung bieten müsse, dass man entspannend auf sie einwirken, sie aber auch informieren solle. Die Schwierigkeit dabei war, die richtige Balance zu finden zwischen den Sondersendungen und dem regulären Programmablauf. Ja, Kinder müssen informiert werden – aber wie viel ist zu viel?

KZ vom CH6 sprach über ihre Taktik: »Wir versuchen, die Kinder zu informieren, wir sagen ihnen, was passiert ist, zeigen aber keine Schreckensbilder. Wir sagen ihnen auf verhältnismäßig trockene Art und Weise, was sie verstehen möchten. (...) Unsere Moderatoren besuchten Kinder in ihren Klassen und sprachen mit ihnen über die Sicherheitslage, sie hörten ihnen zu und fragten sie um Rat. (...) Und die Kinder sagten ganz klar: »Wir wollen Informationen, und wenn wir diese in kurzer Form erhalten haben, möchten wir, dass sie wieder das normale Programm zeigen, das wir mögen, und in dem Ablauf, den wir gewohnt sind.«

Rückblickend fasste AD vom IETC zusammen, dass es ein Fehler war, die regulären Sendungen durch Nachrichtensendungen für die ganze Familie zu unterbrechen. »Es ist gefährlich, einen Bericht über einen Notfall zu senden, wenn es gar keinen Notfall gibt. (...) Das kann Angst erzeugen.«

In ihrer Besorgnis um das Wohlergehen ihrer jungen Zuschauer ist AA von HOP! zu einem anderen Schluss gekommen: Erklärungen für sehr junge Zuschauer müssen auf deren Bedürfnisse und Fähigkeiten abgestimmt sein. »Beim Erklären ist es wie mit einer heißen Kartoffel: Man hat Angst, noch mehr Schaden anzurichten. Heute wiederum fühle ich mich darin bestärkt, dass es förderlich sein kann, wenn man es sehr bedacht angeht. (...) In dieser Altersklasse kann man auf sehr naive Art und Weise Trost spenden. Man kann

einem kleinen Kind in die Augen sehen und sagen: »Ich bin sicher, alles wird gut; es passieren eben Dinge im Krieg, aber ich bin sicher, dir wird nichts passieren.« (...) Ja, wir haben unseren MitarbeiterInnen grünes Licht gegeben, den Kindern zu sagen: »Ja, wir haben eine starke Armee, Polizisten, die wissen, was zu tun ist, und Feuerwehrleute.«

Die Kinder wurden auch dazu ermutigt, das Fernsehen als Mittel zu benutzen, ihre Ängste auszudrücken – indem sie im Studio anriefen, um mit Fachleuten zu sprechen; indem sie Post an die Internetadressen der Sender schickten, sogar indem sie selbst ins Fernsehen kamen.

Schürt man Angst, wenn man sich zu stark damit beschäftigt? Was ist mit den Kindern, die gut mit ihren Ängsten zurechtkommen? KZ vom CH6 äußerte ihre Bedenken folgendermaßen: »Je intensiver wir uns damit auseinandersetzen, desto stärker hatten wir dieses Gefühl. Das heißt, je öfter wir den Kindern das Gefühl gaben, dass ihre Stimme gehört wird, wenn sie im Fernsehen auftreten und über ihre Ängste sprechen, desto mehr hatten wir vielleicht auch dazu beigetragen, die Dinge zum Eskalieren zu bringen, die in dieser Intensität so möglicherweise gar nicht an die Kinder herangetreten wären.«

Postskriptum

Da Israel vom Irak nicht angegriffen wurde, setzte CH6 seine Pläne letztlich nicht um; HOP! sendete ein paar Tage lang einige der Spezialberichte, hörte dann aber wieder auf damit; und das IETC schloss sein Spezial-Live-Studio nach drei Tagen ebenfalls. Viele Stunden gingen in die Vorbereitungen für einen Krieg, der nie stattfand, und die vielen Dilemmata, mit denen man kämpfte und von denen auf diesen Seiten kurz die Rede war, wurden nicht gelöst. Leider waren sich alle Interviewpartner darin einig, dass es wohl nicht das

letzte Mal gewesen sein wird, dass sie sich mit derartigen Gewissensfragen beschäftigen mussten.

Diese Erststudie zeigte klar, dass Programmleitenden davon überzeugt sind, dass das Fernsehen für Kinder in Kriegszeiten eine entscheidende Rolle spielt. Ihre Planungen berücksichtigten schwierige soziale und psychologische Fragen, die externen Umstände, die allgemeine Atmosphäre im Land sowie die einzelnen Altersgruppen, ihre familiären und sozialen Bedürfnisse. Wir können nur hoffen, dass sie diesen Herausforderungen in der Zukunft nicht mehr begegnen müssen. ■

DIE AUTORIN

Dafna Lemish, Dr. phil, ist Professorin und Vorsitzende des Instituts für Kommunikation der Universität Tel Aviv, Israel.