

[< zurück](#)

Regula Stämpfli: Promoten Medien Kinderpornografie?

Mittwoch 24.2.2016

Medien / Publizistik



«Auch bei Kindern gilt: sex sells»

Der britische Privatsender ITV brachte am 16. Februar einen Beitrag über drei Mädchen zwischen 8 und 11 Jahren, die an einer Stripstange ihre tänzerischen Fähigkeiten unter Beweis stellten. **Twitter** lief heiss, **Ringier** nahm das Thema auf. Die Diskussion angelte sich entlang den Argumenten «nur Gymnastik» und «Kinderpornografie.» Was soll das? Die Sexualisierung des weiblichen Körpers von 0 bis... bringt Klicks, manchmal sogar spannende Diskussionen, aber Zero Erkenntnisfortschritt.

Für den Klein Report kommentiert Dr. **Regula Stämpfli**, Autorin mehrerer Schriften, die sich wissenschaftlich mit **Biopolitik & Medien** befassen, die Zurschaustellung von Kindern in den Medien. Die Medienexpertin nimmt sich der Frage an, ob Medien Kinderpornografie promoten.

Rosa Babies, Barbie, Nutten- und Medienwirtschaft gehen seit Jahrzehnten Hand in Hand – und die Medien reagieren immer so als hätten sie nie lesen und schreiben gelernt. Der rosa Plüsch, der Kinder nach Geschlecht nur deshalb so einordnet, da sich mit ausdifferenzierten Werbegruppen viel Geld «verdienen» lässt, führt direkt zum Strassenstrich und zur Lohhudelei desselben. Der grosse Gleichmacher Kapitalismus löscht eben alle Unterscheidungen aus.

Kinder sind im Werbekontext Warenkörper, die es so gut als möglich zu vermarkten gilt. Die Unterschicht besitzt mit Kindern meist das einzige «Produkt» und damit den einzigen «Marketingwert» in der Gesellschaft der «Ich-AGs». So ist es verständlich, dass in den USA und in Grossbritannien, den hochkapitalisierten Ländern mit einer riesigen Unter-Unterschicht, die von den Medien despektierlich auch «white trash» genannt wird, die Inszenierung von Kinderstrip, Kinder-Miss-Wahlen, Kinder-Make Up etc. gang und gäbe ist, da sich damit im «Unterschichtfernsehen» sehr viel Geld machen lässt.

Fünfjährige werden in «Toddlers&Tiaras» derart hypersexualisiert inszeniert, dass die Sendung ohne grosse Schwierigkeiten den Straftatbestand der Pädophilie erfüllen würde...doch die Quote stimmt. Dies ausgerechnet in den USA und in Grossbritannien, in einem Land, das Nacktheit verpönt und das Baden des Vaters mit der eigenen kleinen Tochter gerne und schnell unter den Generalverdacht des sexuellen Missbrauchs stellt.

Was wäre die Aufgabe von Qualitätsmedien und seriöser Berichterstattung? Statt so zu tun als ginge es um «Pro-Stange» oder «Contra-Stange», müsste man endlich auf die gesellschaftliche Macht und die kulturellen Techniken, die sich in Menschen manifestieren, hinweisen. Einfacher gesagt: Es geht nicht um die Frage, ob etwas «gut» oder «schlecht» sei, sondern um die Analyse der Wirkung, die da lautet: Medien bewerben Kinder ähnlich wie andere Informationswaren, die viele Klicks, wichtige Werbegelder und hohe Aufmerksamkeit garantieren. Auch bei Kindern gilt: «sex sells.»

Erst wenn dies begriffen wird, finden Mediendebatten statt. Denn nicht die Frage, ob Fünfjährige strippen, «ficken» an der Stange simulieren oder Adult sex vor der Kamera nachahmen sollten, ist entscheidend (obwohl: natürlich sollten Kinder dies nicht tun müssen, ebenso wenig wie sie in Kupferminen arbeiten sollten, doch jede Gesellschaft «braucht» ihre Kinder, wie und wo sie sie «braucht»...), sondern weshalb sie medial so gut promoted werden können (sowohl in der Ablehnung als auch in der Verteidigung). In dieser Frage steckt medienpolitischer Sprengstoff oder mit Goethe: «des Pudels Kern.»

[Regula-Stämpfli](#) [Ringier](#) [Twitter](#)

Drucken Weiterschicken

[Twittern](#) [G+1](#) [in Share](#) [f Gefällt mir](#) 4

Weitere Artikel vom Mittwoch 24.2.2016

[Alle News von diesem Tag anzeigen >](#)

Mittwoch 24.2.2016

Vereinigte Arabische Emirate erhöhen Sponsoring für White Turf 2017

Die Gegensätze könnten kaum grösser sein: Auf der einen Seite der Schweizer Nobelort St. Moritz, im Engadin auf 1'800 Metern Meereshöhe gelegen, mit ringsum schneebedeckten Bergen von November bis Mai und oft Tiefsttemperaturen von minus 20 Grad. Auf der anderen Seite Abu Dhabi, die Hauptstadt des Emirats Abu Dhabi und der Vereinigten Arabischen Emirate (VAE), direkt am Persischen Golf gelegen mit Tagestemperaturen im Sommer von weit über 40 Grad.

In beiden Ländern finden Pferderennen statt. Während in ... [weiter lesen](#)

Mittwoch 24.2.2016

Neues Fachportal foodaktuell.ch für die Schweizer Lebensmittelwirtschaft lanciert

Im Herbst 2014 hat der Berner Verleger **Pascal Rub** die Fachzeitschrift «alimenta» und deren Webseite übernommen. Im Sommer darauf verkaufte der Chefredaktor des Internetmagazins «foodaktuell.ch», **Guido Böhler**, im Rahmen einer Nachfolgelösung Medienunternehmer Rub die Rechte an seiner Webseite. Der bisherige Eigentümer Böhler, dipl. Lebensmittelingenieur ETH und Dr. sc. techn., wurde per Juli 2015 Mitglied der Alimenta-Redaktion.

Nach der Fusion dieser Fachmedien lanciert Rub nun unter ... [weiter lesen](#)

Mittwoch 24.2.2016

Wegen Kritik von Staatsanwaltschaft: Feuer im Dach bei RSI

Die scharfe **Kritik der Tessiner Staatsanwaltschaft** scheint beim Radio und Fernsehen der italienischsprachigen Schweiz (RSI) Spuren hinterlassen zu haben: Die Chefetage hat ihren Mitarbeitern einen Maulkorb verpasst und ihnen verboten, den Medien Auskünfte zum Fall zu geben.

Was war passiert? Die Tessiner Staatsanwaltschaft hat explizit die Direktion des RSI am Montag in einer Stellungnahme kritisiert und ... [weiter lesen](#)

Mittwoch 24.2.2016

Goldbach Media vermarktet auch Online-Angebote der 3+-Sender

Die Goldbach Media (Switzerland) AG vermarktet neu auch die Online-Plattformen der Fernsehstationen der 3+ Group. Die 3+-Sender sind bereits im Portfolio des Werbevermarkters.

Mediaagenturen und Werbeauftraggeber können damit das TV- und Online-Angebot von 3+, 4+ und 5+ «aus einer Hand beziehen», schreibt Goldbach Media am Dienstag. Das «Inventar» der 3+ Group wird ... [weiter lesen](#)

< [zurück](#)