

Lothar Mikos

Qualität kommt nicht nur von Können

Überlegungen zum Qualitätsbegriff im Kinderfernsehen

Die Qualität im Kinderfernsehen gibt es nicht. Manche Sendungen erfüllen nur wenige Qualitätskriterien und sind trotzdem erfolgreich – vielleicht weil sie gerade besonders gut auf die Lebenssituation der Kinder passen. Qualität hängt also nicht nur von der »Beschaffenheit« eines Produkts ab, sondern auch von dessen »Güte« und »Wert« und außerdem von der Frage, ob sich eine Sendung in den Alltag der ZuschauerInnen einpasst.

Seit das Bonmot von Harald Schmidt zum Unterschichtenfernsehen die Runde macht, hat auch die Debatte um Qualität in den Medien wieder neue Nahrung bekommen. Die Mär vom Unterschichtenfernsehen besagt ebenso schlicht wie populistisch, dass es spezielle Fernsehsendungen für die Unterschicht gebe, die auch von ihr goutiert würden und die – so die implizit mitgelieferte Interpretation – von schlechter Qualität seien. Ein Vertreter des hochkulturellen Zynismus (Schmidt) distanziert sich und seine eigene Sendung mit diesem rhetorischen Kunstgriff von den vermeintlich billigen Shows, die von Massen vermeintlich tumber Unterschichtler angeschaut werden. In der Rede vom Unterschichtenfernsehen werden die alten Vorurteile gegen die Massenkultur und den populären Geschmack kultiviert, die seit Immanuel Kants Unterscheidung zwischen dem »Reflexions-Geschmack« der bürgerlichen Intellektuellen und dem »Sinnen-Geschmack« der Massenmen-

schen, die er in seiner »Kritik der Urteilskraft« vornahm, nicht an Bedeutung verloren haben. Der bekannte Autor und Semiotiker Umberto Eco sprach in seinem Buch »Apokalyptiker und Integrierte« gar – mit einem Schuss Ironie in der Formulierung – von der »einsamen Geistesklarheit des Intellektuellen« auf der einen und der »Stumpfsinnigkeit der Massenmenschen« auf der anderen Seite. Der so konstruierte Gegensatz enthält immer auch implizite Annahmen über die Qualität von Kunst, Kultur und Medien. So wird davon ausgegangen, dass ein Kulturmagazin, das auf einem öffentlich-rechtlichen Sender läuft, quasi von Natur aus Qualität produziert, während eine Reality-Show, die auf einem Privatsender ausgestrahlt wird, schnell das Label »Trash« aufgedrückt bekommt. Die populistische öffentliche Diskussion kommt leider nicht auf die Idee, dass beide Sendungen entweder gut oder schlecht sein und ihre jeweils eigene Qualität haben können.

Was aber kann man unter Qualität verstehen, wenn man nicht vom Hochstand bürgerlicher Kultur auf die Massenkultur schießt oder sie heimlich mit dem Fernglas aus sicherer Distanz beobachtet? Der Publizistikwissenschaftler Stephan Ruß-Mohl hat einmal gesagt: »Qualität im Journalismus definieren zu wollen gleicht dem Versuch, einen Pudding an die Wand zu nageln.« Der Satz soll verdeutlichen, wie schwierig es ist, Qualität im Bereich des Journalismus und der Medien zu definieren.

So herrscht inzwischen Einigkeit darüber, dass Qualität in unterschiedlichen Kontexten auch unterschiedli-

chen Anforderungen unterliegt. Beispielsweise gibt es im Deutschen Journalisten-Verband (DJV) eine »Charta Qualität im Journalismus«, die u. a. die Einhaltung des Pressekodex, die ständige Weiterbildung von Journalisten, eine fundierte Recherche und externe Medienkritik fordert. Zugleich wird aber davon ausgegangen, dass diese Forderungen in unterschiedlichem Maße z. B. von der *Süddeutschen Zeitung* und der *Gala*, der *Tagesschau* und den *MTV-News* erfüllt werden. Man kann in diesem Sinne eine seriöse Tageszeitung nicht mit einer Klatsch-Zeitschrift oder eine Nachrichtensendung auf einem öffentlich-rechtlichen Sender nicht mit einer Nachrichtensendung auf einem Musikkanal vergleichen.

Sicher gelten für alle ähnliche Standards, aber die Qualität bemisst sich nicht nur daran. Denn Qualität ist keine quasi objektive Eigenschaft von Medienprodukten, sondern von verschiedenen Bezugsgrößen abhängig. Sie bestimmt sich nicht nur über den bürgerlichen Anspruch an Ästhetik und Kunst. Die DJV-Charta zielt in erster Linie auf das Selbstverständnis von Journalisten. Daneben kann Qualität aber auch über ihre Funktion definiert werden. In diesem Sinn besitzt die Nachrichtensendung zwangsläufig eine andere Qualität als eine Serie wie die *Lindenstraße*. Es wird auch deutlich, dass die Macher von Fernsehsendungen andere Qualitätsmaßstäbe haben können als die Nutzer.

Denn man kann Qualität auch aus der Perspektive der Mediennutzer betrachten. Dann hängt z. B. die Qualität einer Fernsehsendung davon ab,

ob sie die Erwartungen ihrer Zuschauer erfüllt. Ein Krimi hat, so verstanden, dann Qualität, wenn er die Spannung, die er den Zuschauern verspricht, auch einlöst. Gelingt ihm dies nicht, wird der/die geneigte ZuschauerIn ihn als langweilig empfinden – und damit als schlecht oder mit anderen Worten: ohne Qualität. Außerdem kann die Qualität eines Krimis nicht mit der einer Daily Soap oder einer Talkshow verglichen werden. Eine Kinder-fernsehsendung wie *logo!* muss an anderen Kriterien gemessen werden als der *Tigerentenclub* oder *Schloss Einstein*.

Während für journalistische Sendungen inzwischen allgemeine Qualitätskriterien wie Vielfalt, Relevanz, Akzeptanz und Professionalität sowie bei Nachrichtensendungen auch Aktualität als allgemein akzeptiert gelten, sind solche Kriterien für fiktionale Filme und Fernsehsendungen oder Shows sehr viel schwieriger zu bestimmen. Was macht z. B. die Qualität von Bernd dem Brot aus? Diese Frage ist nicht einfach zu beantworten. Ist es die Gestaltung der Figur? Ihre Einbindung in das Figurenensemble mit Chili und Briegel? Die Charaktereigenschaften der Figur? Ihr Verhalten in den Situationen, in die sie gerät? Unter dem Gesichtspunkt der Akzeptanz ließe sich fragen, für welche Zielgruppe die Figur wichtig ist. Erfüllt sie z. B. die Erwartungen, die 6- bis 9-Jährige an eine animierte Figur im Fernsehen haben? Welchen Wert hat Bernd für Mädchen, welchen für Jungen? Die Liste der Fragen ließe sich verlängern.

Die Beispiele zeigen, dass es nicht einfach ist, Qualität zu bestimmen. Sie hängt von vielen Faktoren ab. Die Forderung nach Qualität im Kinder-

fernsehen ist daher viel zu allgemein. Zu fragen ist: Welche Qualität ist denn gemeint? Ist es der Gebrauchswert, den Sendungen des Kinderfernsehens für Kinder verschiedener Altersstufen haben sollen? Liegt ihre Qualität in handwerklichem Gelingen oder in ästhetischer Innovation?



Chili TV: Bernd das Brot beim Wetterbericht

Schließlich besteht auch die Möglichkeit, dass sich die Qualität einer Sendung in ihrem Nutzwert zeigt, der sich aus den alltäglichen Nutzungskontexten ergibt. Hat Qualität schließlich auch etwas mit Erfolg, messbar in der Quote, zu tun? Oder ist das vollkommen unerheblich? In der Regel ergibt sich die Qualität einer Sendung aus verschiedenen Elementen, die auf den genannten unterschiedlichen Ebenen des Qualitätsbegriffs angesiedelt sein können. Sie setzt sich also sowohl aus ästhetischen, dramaturgischen und handwerklichen Aspekten als auch aus den Nutzungs-

kontexten ihrer Zielgruppen zusammen. Im Idealfall würde eine Sendung auf allen Ebenen Qualität zeigen, aber das ist eher die Ausnahme. Stattdessen wird sie einige Qualitäten haben – z. B. dramaturgisch und handwerklich gelungen sein –, andere aber nicht – z. B. kommt sie bei den Zuschauern nicht an. (Das Beispiel funktioniert auch anders herum: dramaturgisch und handwerklich misslungen, aber erfolgreich beim Publikum.)

Schauen wir uns das Problem anhand einiger Beispiele an. Es gibt z. B. eine Reihe von Wissenssendungen für Kinder, angefangen von der *Sendung mit der Maus* über *Löwenzahn* und *Willi wills wissen* bis hin zu *Wissen macht Ah!* und anderen. Sie alle verfolgen ein unterschiedliches Konzept, um dem jungen Publikum wichtige Dinge der Sach- und Naturwelt näher zu bringen. Ein wesentlicher Unterschied besteht darin, dass sie sich an unterschiedliches Kinder-Publikum richten, die *Sendung mit der Maus* an kleinere Kinder, andere an ältere. Aus den Unterschieden bei der Zielgruppe resultiert eine andere Ansprache des Publikums. Das wiederum heißt, dass die

»Erklärstücke« etwas anders aufbereitet sind. Das heißt aber auch, dass die Moderatoren den »richtigen Ton« finden müssen. Außerdem müssen sie der jeweiligen Zielgruppe sympathisch sein und bei ihnen »ankommen«.

Gleiches gilt für animierte Figuren wie die Maus und den Elefanten. Lieben die Kinder die Figur bzw. den/die ModeratorIn, ist schon viel gewonnen, denn dann ist z. B. die handwerkliche, journalistische Qualität der »Erklärstücke« fast schon sekundär. Aber nur fast, denn auch hier kommt es darauf an, journalistische

Sorgfalt walten zu lassen und eine für Kinder verstehbare Aufbereitung der Themen zu wählen.

Allerdings schmälert ein Beitrag, der diesen Kriterien nicht entspricht, kaum das Rezeptionserlebnis der Kinder. Für die ist eher wichtig, ob sie bei den Themen etwas lernen können, d. h. was sie erfahren, muss für sie neu und von Interesse sein. Ein Junge, der sich für Flugzeuge interessiert, wird einen Beitrag über den neuen Airbus auch dann gut finden – oder mit anderen Worten: ihm Qualität bescheinigen –, wenn er handwerklich misslungen ist. Ältere Kinder sind da etwas wählerischer, weil sie ab etwa 9 Jahren nicht nur ein ent-

seur kann aus einem hervorragenden Drehbuch dennoch nichts machen, wenn die Rollen falsch besetzt wurden – ein Castingfehler also. Die fiktionale Produktion von Filmen und Fernsehsendungen ist Teamwork und jeder Teil des Teams kann zur Steigerung oder Minderung der Qualität des Produkts beitragen.

Doch mit diesen werkbezogenen Kriterien allein lässt sich die Qualität nicht bestimmen. Der Erfolg von Soaps und Serien wie *Dragon Hunters*, *Schloss Einstein*, *fabrixx*, *Die Pfefferkörner*, *Power Rangers*, *Yu-Gi-Oh!* usw. oder von Filmen hängt davon ab, ob die Geschichten für Kinder dramaturgisch und ästhetisch an-

sprechend aufbereitet sind und ob in den Realserien auch die Schauspieler agieren, die bei den Kids gut ankommen. Zentraler ist aber die Frage, ob sie entwicklungsbedingte Themen der Kinder aufgreifen. Auf diese Weise wird bereits eine große emotionale Nähe erzeugt. Zugleich bekommen die Serien und Filme so eine funktionsbestimmte Qua-

lität, sie können als entwicklungsfördernd angesehen werden. Das trifft auch auf Actionfilme zu, die sich vermeintlich eher an ein Publikum von Jugendlichen und jungen Erwachsenen richten. Allerdings setzt das voraus, dass kindliche oder jugendliche Identifikationsfiguren ein zentraler Bestandteil der Handlung sind.

Das funktioniert noch besser, wenn sich die kindlichen Figuren als Helden erweisen, die im Verlauf der Geschichte an Stärke gewinnen. Dieses Muster trifft sowohl auf klassische Actionfilme wie *Terminator 2 – Judgement Day* oder Fantasy-Filme wie die *Herr-der-Ringe*-Trilogie als auch auf moderne Kinder-Actionfilme wie die *Harry-Potter*-Reihe zu, auch wenn im Fall von *Herr der Rin-*

ge mit Frodo ein Hobbit die kindliche Figur gibt, die auch noch nach dem Kindchenmuster gecastet und inszeniert wurde. Die japanischen Anime-Serien sprechen die Kinder u. a. deswegen an, weil die Figuren sehr stark diesem Kindchenschema entsprechen, wenn auch in erster Linie nur äußerlich. Cartoon-Serien stellen einen Sonderfall dar. Hier müssen die Figuren zwar auch die Kinder ansprechen, entscheidender ist aber, ob die Geschichten und die Aktionen der Figuren dem kindlichen Humor entsprechen.

Qualität im Alltag

Neben diesen Elementen, die sich im Film oder in der Fernsehsendung und in deren Bezug zum Publikum finden lassen, kann sich die Qualität auch aus Merkmalen zusammensetzen, die sich nicht unmittelbar im Medienprodukt finden lassen. Nehmen wir das Beispiel *Unser Sandmännchen*. Der Sandmann ist beliebt, nicht nur weil er den Kindern tolle Gute-Nacht-Geschichten erzählt, sondern weil sich die Sendung mit ihrem Programmplatz nahezu perfekt in die abendlichen Familienrituale einpasst. In vielen Familien wird der Sandmann nicht im Dritten Programm des RBB geschaut, weil er dort einfach zu früh kommt. MDR und KI.KA haben die Sendung – zumindest für die Bedürfnisse der Familien – besser platziert, um 18.52 bzw. 18.50 Uhr. Zu dieser Zeit begleitet der Sandmann die häuslichen Rituale, mit denen die Kleinen auf die Nachtruhe vorbereitet werden. Zugleich bietet die Sendung die Möglichkeit, dass die Eltern ihre Kinder auch alleine vor dem Bildschirm sitzen lassen können. Das wiederum trägt zur Entlastung der Eltern bei und ist ein wichtiger Grund, warum sie den Sandmann für ihre Kinder einschalten. Ausschlaggebend für die Qualität ist hier ein Bedürfnis der Eltern verbunden mit der Möglichkeit, die Sendung in die



Yu-Gi-Oh!

wickeltes Genre-Bewusstsein haben, sondern auch Erwartungen an die journalistische und handwerkliche Qualität von Beiträgen. Daraus folgt: Will ich Kindern ein Thema näher bringen, das sie bisher nicht interessierte, dann ist es schon nötig, mithilfe von Dramaturgie und Gestaltung Aufmerksamkeit zu erzeugen und eine/n bei Kindern beliebte/n ModeratorIn einzusetzen. Ansonsten besteht die Gefahr, an den Kindern vorbeizusenden.

Im fiktionalen Bereich liegen die Dinge nicht etwa komplizierter, sie sind lediglich etwas komplexer. Hier gilt für Kinder, was auch für Erwachsene gilt: Ein gutes Drehbuch kann durch einen miesen Regisseur ruiniert werden und ein noch so guter Regis-

rituellen Abläufe des Familienalltags einzubinden.

Ebenso kann die Qualität einer Sendung aus der Dynamik resultieren, durch die kindliche Kommunikation gekennzeichnet ist. So mag die Qualität einer Serie, die handwerklich mittelmäßig ist und dramaturgische Mängel aufweist, darin bestehen, Gespräche unter Kindern oder Spiele anzuregen – und das vermutlich, gerade weil sie in Machart, Gestaltung und Geschichte nur mittelmäßig ist. Auf der anderen Seite animieren gelungene Figuren die Kinder, sich im Spiel in deren Rollen zu versetzen. Das setzt eine eigene Gruppendynamik in Gang, weil im Spiel in der

zialer Handlungskompetenz von Kindern beizutragen, macht eine ganz wesentliche Qualität aus. Ihr Gebrauchswert im Sozialisationsprozess ist in diesem Fall vorrangig. Das kann auch dazu führen, dass die ästhetische Qualität der einzelnen Serie sekundär wird. Allerdings tragen vor allem die ästhetische und dramaturgische Qualität zur Bildung von Medienkompetenz bei, da über sie Wissen über Inszenierungs- und Gestaltungsweisen, typische Handlungsmuster und Erzählstrukturen, typische Figurenkonstellationen und Genre-Zusammenhänge erworben wird. Dieses Wissen wiederum beeinflusst die Erwartungshaltungen, mit denen Kin-

lität dann etwas anderes als für den Redakteur des Senders, für diesen wiederum etwas anderes als für die Moderatorin, für diese wiederum etwas anderes als für Pädagogen, für die etwas anderes als für Eltern, für die etwas anderes als für (ihre) Kinder, und für die ist Qualität je nach Alter und Geschlecht etwas Unterschiedliches.

Wenn sich Qualität also nicht absolut bestimmen lässt, sollte man den Begriff dann nicht ganz fallen lassen? Keineswegs, denn wie viele andere Begriffe erhält auch er seine Bedeutung erst im gesellschaftlichen Diskurs. Daher ist auch eine Medienkritik, die die Qualität von Filmen und

Fernsehsendungen einklagt, wichtig, denn sie stößt die öffentliche Diskussion über Qualitätskriterien an. An der Diskussion wiederum sind in der Regel alle oben genannten Personengruppen beteiligt (mit Ausnahme der Kinder, aber die haben in allen anderen Gruppen ihre Anwälte). Sie alle

zusammen, unter Beteiligung von reflektierenden WissenschaftlerInnen, handeln dann öffentlich und kommunikativ aus, was zu einem gegebenen historischen Zeitpunkt und in einer gegebenen gesellschaftlichen Situation unter Qualität nicht nur des Kinderfilms und Kinderfernsehens zu verstehen ist. ■



© Super RTL
Bob der Baumeister



© WDR
Die Sendung mit der Maus

Gruppe nur ein Kind in die Rolle der Fernsehfigur schlüpfen kann. Wem dies gelingt, der/die hat sich in der Gruppe durchgesetzt und wird dafür sowohl bewundert als auch beneidet. Zugleich können Kinder in der Gruppe anhand von Figuren aus dem Fernsehen von *Bob, der Baumeister* über *Popeye* bis hin zu *Wickie* ihre Identität und ihr Selbstbild aushandeln, indem sie sich über die populären Fernsehfiguren austauschen und verständigen. Das kann besonders gut gelingen, wenn zwei gegensätzliche Hauptfiguren wie Nagisa und Honoka in der Serie *Pretty Cure* gemeinsam Aufgaben meistern und Probleme lösen. Gerade die Fähigkeit populärer Filme und Fernsehsendungen, zur Bildung von Medienkompetenz und so-

der den Filmen und Fernsehsendungen begegnen.

Die Qualität gibt es nicht

Diese Beispiele zeigen, dass es *die* Qualität von Filmen und Fernsehsendungen – und damit auch von Kinderfilmen und -sendungen – nicht gibt. Qualität hängt nicht nur von der »Beschaffenheit« eines Produkts ab, sondern auch von dessen »Güte« und »Wert«. Mit diesen Bezeichnungen bestimmt der Duden den Begriff. Das heißt natürlich auch, dass Qualität immer wertend ist. Allerdings kommt es dabei auf die Perspektive und den Standpunkt an. Für die Produzentin einer Kindersendung bedeutet Qua-

DER AUTOR

Lothar Mikos, Dr. phil., Dipl.-Soz., ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen »Konrad Wolf«, Potsdam-Babelsberg.