

Norbert Neuß

Ist gutes Fernsehen ein Ergebnis des Produzenten oder des Zuschauers?

Qualität entsteht im Kopf des Zuschauers, in der Interaktion von Sendung und Rezipient. Aus einer pädagogischen Perspektive gilt es dabei, an die Entwicklungsthemen der Kinder anzuknüpfen und kinderaffine Formen der Erzählung zu finden. Qualität heißt hier, die Fähigkeiten und Themen der Kinder auf das entsprechende Genre zu beziehen.

Stellen Sie sich vor, sie sehen in einer Bäckerei einen köstlich aussehenden Berliner liegen – optimal in Form und Bezuckerung. Sie kaufen ihn und beißen genüsslich hinein. Nun werden Sie total enttäuscht, denn der Berliner liegt anscheinend schon einige Tage; er schmeckt scheußlich, die Füllung ist anders als erwartet und außerdem ist er total fettig. So ähnlich ist das auch mit der Qualität von Filmen. Ein Film mag handwerklich herausragend produziert sein, er mag sogar eine interessante Geschichte versprechen, aber ob der Film Ihnen dann auch wirklich gefällt, ob er Ihre Erwartungen, Stimmungen, Fantasien oder Wünsche bedient, das erweist sich erst beim Anschauen.

Wie aber kann man überhaupt sagen, was Qualität ist? Der folgende Text geht zunächst theoretisch auf die grundlegende Frage ein, wo eigentlich die Bedeutung eines Films entsteht und wie man davon ausgehend die Qualität beurteilen kann. Im zweiten Abschnitt dieses Texts werden

dafür konkrete Hinweise gegeben. Den Abschluss dieses Artikels bilden wenige Überlegungen zur Differenzierung von Qualitätskriterien im Kinderfernsehen, die zur weiteren Diskussion dienen sollen.

1. Qualität: Ergebnis des Produzenten oder des Zuschauers?

Meine These ist, dass die Frage nach der Qualität im Kinderfernsehen nur zusammen mit derjenigen nach der »Bedeutung« beantwortet werden kann. Die grundlegende Frage ist nämlich, wo die Bedeutung des Films entsteht. Mit Bedeutung sind der Inhalt und dessen Sinn gemeint.

Zu dieser Frage scheint es zwei stark auseinander driftende Positionen in der Medienwissenschaft zu geben. Auch wenn es zunächst etwas theoretisch klingt, es lassen sich grob eine am Strukturalismus und eine am Poststrukturalismus orientierte Sichtweise unterscheiden.

Eine am Strukturalismus orientierte Sichtweise versteht Filme als autonome, geschlossene Gebilde mit einer eingeschriebenen Bedeutung. So verlangt Hans Georg Gadamer, das Kunstwerk »ins Klare und Offene seiner eigentlichen Bedeutung«¹ zu stellen. Auch Arthur Danto schwebt eine Interpretation von Kunstwerken vor, die »sich den Zwängen von Wahrheit und Falschheit«² beugt. Kann man aber einen Film »falsch nehmen«?³ Im Sinne der klassischen

Ästhetik werden Kunstwerke als objektiv, überzeitlich und autonom angesehen, ohne dass den Betrachtern als Sinnproduzenten Beachtung geschenkt wird. Dieses werkimmanente Verständnis sieht über widersprüchliche Verstehensweisen, Mehr- oder Vieldeutigkeiten und Zuschauereinflüsse hinweg. Das Motto lautet: Die Bedeutung (der Inhalt) ist dem Film durch den Produzenten eingeschrieben. Hinzu kommt, dass eine am Strukturalismus orientierte Sichtweise stark normativ ist, weil Bedeutungen und Qualität von Filmen von Experten herausgearbeitet werden und die Zuschauer zumeist in eine Differenz zu dieser »vorgegebenen Meinung« treten, weil sie in ihrem laienhaften Verständnis dem Film nicht gerecht werden bzw. ihm nicht gerecht werden können.

Mit der Verbreitung radikal-konstruktivistischer Rezeptionstheorien wurde dieses Verständnis stark verändert. Während eine am Strukturalismus orientierte Zugangsweise lediglich die Bedeutungen eines Films anhand dieses Films selbst festzumachen sucht, sieht die konstruktivistisch orientierte Rezeptionsforschung die Bedeutungen des Films vorrangig beim Zuschauer selbst. Das Motto lautet hier: Bedeutungen entstehen erst beim Ansehen eines Films im Kopf des Zuschauers. Bedeutungen von Filmen werden überhaupt erst beim Sehen erzeugt. Sie sind das Produkt einer Interaktion von Film und Zuschauer. Weil nun kulturelle, geschichtliche, individuelle und sozia-

le Einflüsse zu verschiedenen Zeiten verschieden sind, wird ein Kunstwerk (oder Film) auch immer unterschiedliche Bedeutungen erzeugen.

In der medienwissenschaftlichen und -pädagogischen Forschung hat das dazu geführt, das Film-Rezipienten-Verhältnis neu zu verstehen und hier die Rolle des aktiven Rezipienten zu erkennen. Stand in der medienwissenschaftlichen Forschung zumeist der Inhalt des Films im Interesse der Betrachtung, fanden nun die Zuschauer mehr Aufmerksamkeit. Insbesondere wurde untersucht, wie z. B. Fernsehen in den Alltag eingebunden ist, welche Nutzungsmotive bei der Auswahl und Rezeption eine Rolle spielen und welche Bedürfnisse dadurch befriedigt werden.⁴

Eine vermittelnde Position nimmt Lothar Mikos ein, der die Analyse von Rezeptionsprozessen sowohl an die Fernsehfilme als auch an die RezipientInnen gebunden sieht: »Die Analyse von massenmedialen oder massenkommunikativen Phänomenen ist [...] sinnlos, wenn sie nicht begreift, dass weder der Film- oder Fernseh-text allein noch das Publikum (die Nutzer, Rezipienten, Zuschauer) allein die Bedeutung und Sinnhaftigkeit der medialen Kommunikation in sich tragen, sondern dass diese erst aus dem kommunikativen Verhältnis zwischen Medientext und Publikum entspringen.«⁵

Ich plädiere auch für eine gemäßigt konstruktivistische Position, d. h. die Rezeption von Filmen zwar als einen aktiven Prozess zu verstehen, aber die Steuerung dieser Rezeption weder ausschließlich dem Zuschauer noch dem Film allein zuzuschreiben.

2. Interessen rund um »die Qualität« von Kinderfilmen

Grundlegend für die Einschätzung der Qualität von Kinderfilmen ist die zuvor problematisierte Frage, wo nun eigentlich die Bedeutung entsteht? Ist

sie eingeschrieben im Film, liegt sie in der alleinigen Macht der Zuschauer oder irgendwie beides? Die post-strukturalistische Sicht betont, dass das, was Qualität ist, vom Publikum selbst entschieden werde.⁶ Das, was die Menschen aus dem vielfältigen Fernsehangebot auswählen, sei das, was ihren Bedürfnissen am nächsten komme und somit für diese Zuschauer eine hohe Qualität der Bedürfnisbefriedigung besitze. Die Quote wird zum »Qualitätsbarometer«.

Kritisch betrachtet wird diese Argumentation von jenen, die Qualität am Produkt festmachen und die Frage der Qualität über normative Maßstäbe entscheiden wollen. Diese Position sieht in der Deregulierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkordnung eine Verflachung von Inhalten und Programmstruktur. Dementgegen bekräftigen diejenigen, die die Quote als Qualitätsanzeiger betrachten, das marktwirtschaftliche Prinzip des Abnehmermarktes. In der Diskussion um die Qualität (nicht nur von Kinderfilmen) mischen sich also rundfunk- bzw. medienpolitische Interessen. Während die öffentlich-rechtlichen Sender die »Qualität des Angebots« hervorheben, sprechen sich die privaten Anbieter – zwangsläufig – für die »Qualität durch Quote« aus. Derjenige, der sich trotz dieser Unwägbarkeiten traut, Sendungen für Kinder zu machen, darf bewundert werden.

3. Kriterien für Qualität im Kinderfilm

Auch wenn es kein Geheimrezept für eine gute Kindersendung gibt, so lassen sich doch bei beliebten Kinderprogrammen immer ähnliche inhaltliche und formale Strukturen erkennen. Meiner Meinung nach kann man aus zwei Forschungsrichtungen relativ genau kennzeichnen, was gute Kindersendungen – ich beschränke mich hier auf fiktionale Stoffe – ausmacht.

2.1 Gute Kinderfilme erzählen Geschichten, die an die Entwicklungsthemen von Kindern anknüpfen

Solche Themen sind je nach Alter und Kind unterschiedlich ausgeprägt. Sie sind entweder entwicklungsbedingt, d. h. durch die Entwicklungsaufgaben⁷ der Altersstufe beeinflusst, oder alltags- bzw. erfahrungsbedingt, d. h. durch die konkreten sozialen Bedingungen und individuellen Vorerfahrungen des Kindes beeinflusst. In der medienpädagogischen Forschung sind diese Entwicklungsthemen auch als »handlungsleitende Themen«⁸ oder als »thematische Voreingenommenheit«⁹ bezeichnet worden. Diese Themen wurden im Rahmen von Rezeptionsforschung gewonnen und zeigen, bei welchen Themen Kinder auch Kinderfilme als Bearbeitungshilfe für ihre Entwicklung »einsetzen«.

- *Kleinsein und Großwerden:* Identifikation läuft bei Kindern häufig über die Perspektive der Kleinen. Die Perspektive der kindlichen Kleinheit beschreibt Horst Petri mit dem Begriff der »Gulliver-Erfahrung«.¹⁰ Für Kinder gliedert sich danach die Welt in Kleine und Große, in Zwerge und Riesen, in Mächtige und Ohnmächtige. So entsteht der Wunsch, die eigene Kleinheit zu überwinden, schnell groß zu werden.
- *Gerechtigkeit und Moral:* Kinder wachsen in eine Kultur hinein, in der sie sich auch mit den dort bestehenden Wert- und Normvorstellungen auseinandersetzen müssen. In ihrer Entwicklung setzen sie sich immer auch mit Fragen nach Moral, Regeln und Gerechtigkeit auseinander. Diese Fragen werden in vielen Action-Cartoons recht plakativ über ein »Gut-Böse-Schema« dargestellt und dann durch lebensweltnahe Alltagsgeschichten differenziert.
- *Alleinsein oder Trennung:* Verlassensein oder -werden ist ein Thema, mit dem sich Kinder in vielfältigster Form auseinandersetzen.

Auch Sabine Jörg beschreibt das Verlassensein als das erste große Gefühl, die erste große Angst des Kindes. »Frühkindliche Verlassensängste sind eine Hypothek, an der manche Menschen ihr Leben lang tragen. Übertriebenes Sicherheitsbedürfnis, Depression und Abhängigkeit ergeben sich aus dem Mangel an angstfreien Entfaltungsmöglichkeiten.«¹¹ Äußere Anlässe, wie der Streit der Eltern oder deren Scheidung, können ebenfalls zu Ohnmachtsgefühlen und Ängsten führen. Die egozentrische Perspektive von Kindern führt auch dazu, dass Kinder glauben, sie seien der Anlass oder der Grund des Streits. Auch Medien- und Märchengeschichten wie *König der Löwen* oder *Hänsel und Gretel* konfrontieren Kinder mit diesen Fragen. Im Zusammenhang damit steht häufig das Gefühl der Ohnmacht, einer Situation schutzlos ausgeliefert zu sein oder keinen Einfluss zu haben. Wie gut, dass Kindermedien für dieses Gefühl zahlreiche Mut machende Lösungen anbieten.

- **Geschlechtlichkeit:** Fragen nach dem eigenen Geschlecht und den damit zusammenhängenden Erwartungen, Verhaltensweisen und Äußerlichkeiten werden bereits im Vorschulalter thematisiert und formieren sich nach Rolf Oerter bereits im Alter von fünf bis sechs Jahren.¹² Laut Dieter Schnack und Rainer Neutzling haben Jungen beim Prozess der Suche und Ausformung der eigenen Geschlechterrollenidentität mehr Schwierigkeiten als Mädchen.¹³ Weil Jungen die realen oder »echten« Vorbilder fehlen, benutzen sie auch mediale Vorbilder, um diese Fragen zu thematisieren. Die Thematisierung kann aber ohne kommunikative Reflexion mit dem Kind zur Manifestierung von Geschlechterrollenstereotypen führen.
- **Tod und Sterben:** Kinder werden nicht nur im Fernsehen mit Tod

und Sterben konfrontiert, sondern auch Religion oder Märchen thematisieren diese Frage jeweils auf ihre spezifische Art. Jedoch ist es zumeist weniger das Bewusstsein der eigenen Endlichkeit, als vielmehr das Verwundert-Sein und die Suche nach Erklärungen, die Kinder hier beschäftigen. Kinder werden auch im Alltag unvorbereitet und spontan mit derartigen Themen konfrontiert. Sie sehen einen aus dem Nest gefallenen toten Vogel, einen überfahrenen Igel oder ein totes Insekt und fragen nach Begründungen oder Erklärungen.

- **Soziale Ängste:** Kinder im Vorschulalter erleben die Spannung, sich nach und nach von den Eltern zu lösen, eine eigene Identität aufzubauen und damit auch die symbiotische Nähe zu ihnen immer mehr zu verlassen. Jeder Schritt in die Autonomie stellt auch eine Entfernung zu den Eltern her. Die eigene Position zu finden bedeutet für Kinder, sich einerseits etwas zu trauen bzw. sich zuzutrauen und andererseits das Vertrauen auf Geborgenheit und Liebe nicht zu verlieren. Dieser fein zu balancierende Prozess wird häufig von Medienfiguren wie Pumuckl, Pippi Langstrumpf oder Ronja Räubertochter begleitet, die die Autonomiebestrebungen von Kindern unterstützen. Mit dem »Sich-Widersetzen« können auch Ängste vor Liebesverlust oder Liebesentzug in Verbindung stehen.
- **Beziehungen:** Mit der zunehmenden Selbstständigkeit und der Erweiterung der Erfahrungsräume stellen Vorschulkinder auch Kontakte und Beziehungen zu anderen Erwachsenen und Kindern her. Hier stellen sie fest, dass sie nicht aufgrund einer familiären Beziehung gemocht und anerkannt sind, sondern weil sie in ihrer Persönlichkeit und ihrem So-Sein akzeptiert werden. Im Alltag der Kinder zeigt sich dies bei der Suche nach Freundschaften, gemeinsamen In-

teressen oder Gruppenzugehörigkeit (eine »Bande gründen«). Aber auch innerfamiliäre Beziehungen werden mithilfe von Medien thematisiert und sind für Kinder im Vorschulalter besonders dann von Bedeutung, wenn sich die gewohnte Familienkonstellation ändert. Das kann etwa die Geburt eines Geschwisters sein, die meist zu einer räumlichen und emotionalen »Umorganisation« in der Familie führt.

Besonders bedeutsam sind die Sendungen, die es Erwachsenen ermöglichen, diese Entwicklungsthemen – rückschauend auf die eigene Lebensgeschichte – jetzt auch bei den Kindern zu verstehen. Dies gelingt eben dann, wenn die verwendete Symbolik in der Geschichte sowohl von den Kindern als auch von den Erwachsenen verstanden werden kann.

2.2 Gute Kindersendungen erzählen Geschichten, die von ihrer Struktur her märchenähnlich sind

Der Märchenforscher Max Lüthi hat folgende Strukturmerkmale des europäischen Volksmärchens herausgearbeitet¹⁴, die sich vielfach auch in fiktionalen Stoffen aktueller Kinderfilme finden lassen:

- **Eindimensionalität:** Es wird keine Unterscheidung zwischen realer und fiktiver Welt getroffen. In der Welt des Märchens gibt es Fantasiegestalten und Wunderwesen wie Hexen, sprechende Tiere, Feen usw., die andere durch ungewöhnliche Fähigkeiten retten oder verzaubern. Das Übernatürliche wird gleichsam als Realität hingenommen und nicht von dieser unterschieden.
- **Flächenhaftigkeit:** Das Volksmärchen ist an keinen genauen Ort und an keine Zeit gebunden. Die Formel »Es war einmal ...« benennt nicht, wann und wo die Geschichte spielt, und die Ortsangabe »In einem fernen Land ...« ist vage und unbestimmt. Ebenso wie Raum und Zeit keine Bedeutung

haben, werden auch Naturgesetze und Logik (z. B. das Motiv des »hundertjährigen Schlafs«) außer Kraft gesetzt. Es gilt eine eigene, märcheninterne Realität. Damit bietet das Märchen dem Kind symbolhaltiges, offenes Geschichtenmaterial an, das es durch die eigene Fantasie weiterbearbeiten kann.

- **Formelhaftigkeit:** Hiermit sind Eingangsformeln (»Es war einmal ...«), Verse (»Abrakadabra, dreimal schwarzer Kater«) und Schlussformeln (»Und wenn sie nicht gestorben sind, ...«) gemeint (Fernsehbeispiel: »Heute ist nicht alle Tage, ich komm wieder, keine Frage!«). Diese Formeln führen in eine andere Realität hinein und die Rezipienten können sicher sein, dass sie auch wieder herausgeführt werden. Derart ritualisierte Erzählformen dienen als Rezeptionshilfe. Rituale und Routine bieten den Rezipienten Sicherheit und Vertrautheit.
- **Polarität:** Personen, Charaktere, Aussehen und Situationen werden im Märchen in einem starken Gegensatz dargestellt. Es gibt die Extreme von vollkommener Schönheit und absoluter Hässlichkeit, von Arm und Reich, von Faul und Fleißig, von Gut und Böse.
- **Achtergewicht:** Der Begriff kommt aus der Seefahrt. »Achtern« bedeutet hinten. Gemeint ist die Sympathie der Märchen für die ganz hinten Stehenden, die Allerletzten: die Kleinen, Dummen, Armen, Faulen, Nutzlosen und Schwächlichen. Viele dieser Figuren sind als Identifikationsfiguren so attraktiv für Kinder, weil ihnen Situationen, in denen sie sich klein oder schwach fühlen, nur allzu bekannt sind.

4. Qualitätskriterien differenzieren

Kinderfernsehen stellt heute ein sehr differenziertes Angebot zur Verfügung. Da gibt es zahlreiche Wissens-

sendungen, Edutainment- oder Unterhaltungsmagazine, Daily Soaps, Action-Cartoons, Nachrichtensendungen, Tierdokumentationen und fiktionale Spielfilme. Die Frage nach der »Qualität« im Kinderfernsehen lässt sich angesichts dieser unterschiedlichen Genres nicht pauschal beantworten, es sei denn, man hat sehr allgemeine Merkmale wie »altersangemessene Sprache« o. Ä. im Blick. Aber auch ein solches Kriterium muss kritisch betrachtet werden, denn wenn wir von Kinderfernsehen sprechen, sprechen wir über eine Zuschauergruppe, die altersmäßig zwischen ca. 2 und 12 Jahren liegt. In diesen Zeitraum fallen verschiedenste kognitive, emotionale und soziale Entwicklungsschritte von Kindern, die als Entwicklungsperioden zusammengefasst werden. Ihre Berücksichtigung wäre ebenso notwendig wie die unterschiedlichen Genres. Bei einer Unterteilung der Kindheit in vier Phasen (frühe Kindheit, Vorschulkinder, Grundschulalter, Pre-Teens) müsste man also danach fragen, welche Kriterien z. B. ein Tierfilm für Kinder im Grundschulalter im Gegensatz zu einem solchen für Vorschulkinder erfüllen soll. Dabei kann man durchaus zu dem Ergebnis kommen, dass manche Genres für bestimmte Altersgruppen noch nicht oder nicht mehr relevant sind.

Man muss also zwei Dinge aufeinander beziehen: die Entwicklung der Kinder, ihre Wahrnehmungsfähigkeiten und ihre handlungsleitenden Themen auf das entsprechende Genre im Kinderfernsehen. Daraus ergeben sich filmhandwerkliche, dramaturgische und sprachliche Konsequenzen, deren Berücksichtigung eine zielgruppenangemessene Kinderfilmproduktion ergäbe. Um zu überprüfen, ob die Produktionen auch in der Rezeption und Sichtweise der Kinder »ankommen«, bedarf es auch in Zukunft einer Forschung, wie sie am IZI stattfindet. Dazu herzlichen Glückwunsch. ■

ANMERKUNGEN

- 1 Gadamer, Hans Georg: *Wirkungsgeschichte und Applikation*. In: Warning, Rainer (Hrsg.): *Rezeptionsästhetik. Theorie und Praxis*. München: Fink 1993. S. 113-126, hier S. 113.
- 2 Danto, Arthur C.: *Kunst nach dem Ende der Kunst*. München: Fink 1996, hier S. 56.
- 3 Diese Frage würde der konstruktivistisch orientierte Heinz von Foerster entgegenen.
- 4 Der Nutzenansatz wurde auch als »uses and gratifications approach« bezeichnet. Vgl. Merten, Klaus: *Allmacht oder Ohnmacht der Medien – Erklärungsmuster der Medienwirkungsforschung*. In: *Funkkolleg Medien und Kommunikation. Studieneinheit 22*. Tübingen 1991, hier S. 47 und S. 62 ff.
- 5 Mikos, Lothar: *Bilderfaszination und Kommunikation. Struktur-funktionale Film- und Fernsehanalyse. Teil 1*. In: *medien praktisch*, 20/1996/3, S. 52-56, hier S. 52.
- 6 Vgl. Baacke, Dieter; Kevin, Wayne und andere – *Kinder und ästhetische Erfahrung*. In: Gottberg, Joachim von; Mikos, Lothar; Wiedemann, Dieter (Hrsg.): *Kinder an die Fernbedienung. Konzepte und Kontroversen zum Kinderfilm und Kinderfernsehen*. Berlin: Vistas 1997, S. 3-31.
- 7 Oerter, Rolf: *Kultur, Ökologie und Entwicklung*. In: Oerter, Rolf; Montada, Leo: *Entwicklungspsychologie*. Weinheim: Beltz 1998, S. 84-128.
- 8 Vgl. Bachmair, Ben: *Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen (Teil 1)*. Kassel: Gesamthochschule 1984 (Teil 1 u. 2). Neuß, Norbert: *Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in Kinderzeichnungen*. München: KoPäd 1999.
- 9 Vgl. Charlton, Michael; Neumann(-Braun), Klaus: *Strukturanalytische Rezeptionsforschung. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele*. In: Baacke, Dieter; Kübler, Hans-Dieter: *Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen*. Tübingen: Niemeyer 1989, S. 177-193, hier S. 179.
- 10 Petri, Horst: *Erziehungsgewalt*. Frankfurt a. M.: Fischer 1989, S. 66.
- 11 Jörg, Sabine: *Entwicklungspsychologische Voraussetzungen der Medienrezeption bei Kindern*. In: *Deutsches Jugendinstitut: Medienerziehung im Kindergarten – Teil 1. Pädagogische Grundlagen*. Opladen: Leske u. Budrich 1994, S. 188-217, hier S. 190.
- 12 Oerter 1998, S. 124
- 13 Schnack, Dieter; Neutzling, Rainer: *Kleine Helden in Not. Jungen auf der Suche nach Männlichkeit*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt 1992. Vgl. auch Hoffmann, Bernd: *Fehlt Jungen- und Männerforschung?* In: *Zeitschrift für Pädagogik*, 43/1997/6, S. 915-928.
- 14 Lüthi, Max: *Das europäische Volksmärchen. Form und Wesen*. München: Francke 1974 (orig. Bern: Scherz 1947) sowie Lüthi, Max: *Das Volksmärchen als Dichtung. Ästhetik und Anthropologie*. Köln: Diederichs 1976.

DER AUTOR

Norbert Neuß, Dr. phil., ist Erziehungswissenschaftler, hat eine Vertretungsprofessur an der Universität Hamburg und ist Vorstandsmitglied der GMK.