

Qualität & Professionalität – Das Geheimnis der Rezeptur oder Gutes Kinderprogramm erreicht die Bedürfnisse von Kindern

Werner Müller

In der Industrie- und Dienstleistungsproduktion stellt die Qualitätssicherung ein wesentliches Unternehmensziel dar. Von der Beschaffenheit eines Produktes hängen Kostenvorteile, Kunden- und Firmenimage, Unternehmenskultur und nicht zuletzt der Gewinn ab. Im Mittelpunkt der industriellen Qualitätsdiskussion findet sich der Grad der Erfüllung von Kundenanforderungen.

Bei der Durchsicht der Literatur zeigte sich für Fernsehproduktionen, insbesondere für das Kinder- und Jugendprogramm, kein vergleichbarer Diskussionsstand. Publikationen zum Thema Programmqualität sind Raritäten.

Der Qualitätsbegriff wird dabei bisweilen geradezu konträr zu den Bedürfnissen des Empfängers verstanden. In einem Bericht über die ARD/ZDF Programmmesse 1986 ist zu lesen, daß ein hoher Qualitätsstandard sogar mit »schwierigen« Produktionen gleichgesetzt wird: »Kein Patentrezept hatten die Fachleute dafür, wie eine deutsche Fernsehserie aussehen muß, damit sie sich in anderen Ländern gut verkauft. ... Einig war man sich, daß ein hoher Qualitätsstandard Exporterfolgen keineswegs im Wege stehen muß, im Gegenteil: Unter den im Ausland gefragten Programmen sind zahlreiche anspruchsvolle und »schwierige« Produktionen, so die Fernsehserie *Heimat* (WDR) ... die historische

Spielserie *Lenz oder die Freiheit* (SWF/Telepool) ... oder die satirische Unterhaltungsserie *Kir Royal* ...«

[ARD/ZDF Programmmesse: Hoher Qualitätsstandard zahlt sich aus. In: Funk-Korrespondenz 49/1986, S. 6]

Der magere Diskussionsstand scheint allerdings mehr ein Problem von Theoretikern zu sein. Unter den Programmachern gibt es sicher einige, die sehr bündig sagen könnten, worin der Unterschied zwischen gutem und schlechtem Programm liegt. Ob sie das dann auch tatsächlich sagen, ist eine andere Frage. Leonardo da Vinci benutzte für seine Konstruktionspläne nicht aus schöngeistigen Gründen eine Geheimschrift. Ein Regisseur, der weiß, wie man gute und erfolgreiche Filme macht, wird nicht davon leben, daß er sein Erfolgsrezept an die große Glocke hängt, sondern davon, daß er sein Know-how für sich behält – und damit gute und erfolgreiche Filme produziert!

Die Frage nach »gutem Kinderprogramm« entscheidet sich an den durch Kinder gesetzten Anforderungen. Diese Anforderungen lassen sich eindeutig benennen – die unausrottbare Gleichsetzung von Kinderfernsehen mit Bildungs- oder Lehrfernsehen verstellt nur den Blick darauf. Kinder sind keine kognitiven, sondern wunderbar emotionale Wesen. Erwachsene übrigens auch – sie benötigen in unserer Kultur nur einen sehr hohen Aufwand dafür, dies zu leugnen. Gutes Programm transportiert nicht kognitive, sondern emotionale Botschaften. In diesem Punkt hat den Kindern das Normalprogramm meist mehr zu bieten als irgendein gar noch mit wissenschaftlicher Unterstützung konstruiertes und mit Medienpädagogik rational nachbereitetes Kinderprogramm.

Programmacher entsprechen

diesem Bedürfnis, wenn sie der Unterhaltung den Vorrang vor dem Lernen geben. Je kognitiver, d. h. lehrreicher, irgendwie schulischer die Umwelt wird, desto größer wird der Hunger der Kinder nach emotionalen Anreizen. Vielleicht ist das verbreitete Zapping (ständiges Durchschalten aller Kanäle per Fernbedienung) die Botschaft: Verbessert endlich die emotionale Qualität des Angebots. Gutes Kinderprogramm benutzt, stimuliert und fördert die emotionale Entwicklung und Entfaltung.

Ein Beispiel für Qualität im Kinderprogramm

In der Sparte Kultur und Wissenschaft/Experimente wurde der Adolf-Grimme-Preis in Gold 1988 an das Redaktionsteam *Die Sendung mit der Maus: Folge 50* verliehen. »Seit fast 17 Jahren gibt es am Sonntagmorgen im Fernsehen ein wahrhaft freundliches Angebot. Obwohl man sich die *Sendung mit der Maus* für kleine Kinder ausgedacht hat, sitzen regelmäßig auch viele Erwachsene davor. Sie entdecken an der Maus, was anderswo im Programm allzu häufig vernachlässigt wird: die gekonnte Mischung aus Information und Unterhaltung. Lernen und Lachen sind in den Geschichten mit der Maus Geschwister. So witzig, lässig und lehrreich wie Armin Maibold zum Beispiel in der prämierten Maus-Folge mit dem Denkmal des Erbauers der Cheopspyramide umgeht, hätten sich viele von uns sicher den Geschichtsunterricht gewünscht. Immer wieder können sich in der *Sendung mit*

der Maus originelle Trickfilm-talente und begabte Geschichtenerzähler darin üben, Märchenhaftes sorgsam mit der Realität zu verknüpfen. Weder pädagogische Verkrampftheit noch matte Routine sind dem Konzept nach so vielen Jahren anzumerken; sondern im Gegenteil, ein unvermindertes Vergnügen, Kinder zu ermutigen, auf Entdeckungsreise ins richtige Leben zu gehen.«

[Preisträger des 24. Adolf-Grimme-Preises 1988.

In: Funk-Korrespondenz 11/1988, S. D3]

Was wird unter Programmqualität verstanden?

Die Recherche zum Thema »Qualität im Kinderprogramm« ergab – auch unter Berücksichtigung zahlreicher Publikationen zur Filmproduktion – nur zwei Dokumente, die »Qualität« oder einen vergleichbaren Begriff im Titel führen: Wilbur Schramm: »Quality in Instructional Television« und Sibylle Storkebaum: »Prix Jeunesse Seminar 1987: Kinder brauchen gutes Fernsehen«.

Schramm, Wilbur (Hrsg.): Quality in Instructional Television. Honolulu: University Press of Hawaii 1972, 226 Seiten.

Die ersten vier Beiträge dieses Sammelwerkes behandeln die Frage nach der Qualität von Bildungs- und Lehrfernsehen unter dem Blickwinkel des Produzenten (The Producer's View) und des Lehrenden (The Scholar's View). Zwei weitere Beiträge stellen die Probleme bei der Integration von Produktion und Forschung im Children's Television Workshop dar, die letzten beiden Beiträge behandeln unter der Überschrift »Television or Something Else?« unter anderem Fragen der Unterrichtstechnologie.

Lundgren, Rolf: What Is a Good Instructional Program? In: Schramm, Wilbur (Hrsg.): Quality in Instructional Television. 1972, S. 6–22.

»... Um als gut eingeschätzt zu werden, darf sich ein Lehrprogramm nicht allzu sehr von einem guten Programm im übrigen Programmangebot unterscheiden... Einige Prinzipien für gutes Programm: ... Ich kann in einem Lehrprogramm nicht akzeptieren, daß ein Sachverhalt gezeigt wird, während man über einen anderen redet... Als erstes möchte ich sagen, daß im großen und ganzen ein Lehrprogramm oft dann am besten ist, wenn es nicht instruiert... Das gedruckte Begleitmaterial sollte sich um die kognitiven Aspekte kümmern und das Programm um die emotionalen... Ein gutes Lehrprogramm ermöglicht den Schülern emotionale Erfahrungen und gibt ihnen Denkanstöße, mit denen sie sich weiterbeschäftigen können... Produzenten müssen sich besonders darum kümmern, daß alle, die an einem Programm mitwirken, sich so ausdrücken, daß sie für die Zielgruppe verständlich sind. Dies ist so selbstverständlich, daß es geradezu lächerlich wirkt, es hier zu erwähnen, und doch wird gegen diese Grundregel täglich verstoßen... Als nächstes scheint mir wichtig, daß ein gutes Lehrprogramm nicht ohne Humor auskommen sollte... Ein weiterer Bestandteil eines guten Lehrprogramms ist der gelungene Einsatz von Musik... Es ist auch die Aufgabe eines guten Programms, einzigartige Inhalte zu präsentieren bzw. bekannte Inhalte auf eine besondere Art darzustellen... Eines sollte nicht getan werden: den Zuschauern vorgefaßte Meinungen aufzuzwingen...«

Prix Jeunesse Seminar 1987 – Kinder brauchen gutes Fernsehen. Storkebaum, Sibylle: Zusammenfassung.

München: Stiftung Prix Jeunesse 1987, 52 Seiten.

Diese Zusammenfassung enthält eine Kurzfassung jedes der 17 auf dem Seminar gehaltenen Referate. Die Beiträge behandeln im Hinblick auf Kinder und auf Kinderfernsehen: Entwicklung und Bedürfnisse, Lernprozesse, Familie, Programmangebot, Einschaltquote, Informationssendungen, Medienarbeit, Medienerziehung, Werbung, künftige internationale Entwicklungen.

Mohrhof, Siegfried: Einem Phantom auf der Spur. Über Erfahrungen und Lernprozesse mit »guten« Kindersendungen. Kongreßbeitrag anlässlich des Prix Jeunesse Seminars 1987.

München: Stiftung Prix Jeunesse 1987, 11 Seiten.

Dieser Kongreßbeitrag verdeutlicht anhand von Filmbeispielen die Auffassung, daß Kinder vom Programm unterhalten werden möchten, nicht aber den verlängerten Arm der Schule im Wohnzimmer suchen. Der Produzent muß versuchen, mit adäquaten Mitteln Qualität und Vielfalt zu produzieren – Geschichten erzählen über das Leben, über die Menschen, über die Dinge und die Zusammenhänge.

Produktqualität im Industriebereich

Für die Qualität im Bereich der Güterproduktion und Dienstleistungen nennt z. B. Crosby vier Qualitätskriterien: »(1) Qualität muß als Erfüllung von Anforderungen definiert werden. (2) Das Grundprinzip der Qualität ist Vorbeugung. (3) Null Fehler müssen Leistungsstandard werden. (4) Maßstab für Qualität sind die Kosten für Nichterfüllung von Anforderungen.«

[Crosby, Philip B.: Qualität ist machbar. Hamburg: McGraw-Hill 1984, S. 5]

Der Stand der gegenwärtigen Diskussion kann u. a. folgendem Dokument entnommen werden:

Handelsblatt Dokumentation '88: Qualität – Wege und Instrumente, um im verschärften internationalen Wettbewerb mit den eigenen Produkten und Verfahren zu bestehen. Verlagsgruppe Handelsblatt 1988.

Diese Dokumentation stellt aktuelle Beiträge des Handelsblattes zum Thema Qualität vor. Die Beiträge geben einen Eindruck über das Spektrum und den Stand der gegenwärtigen Qualitätsdiskussion in den westlichen Industriestaaten. Außerdem werden einige detaillierte Beispiele aus deutschen Firmen vorgestellt. Die Hauptakzente der Diskussion liegen auf einer konsequenten Orientierung am Kunden und der Vorverlagerung der Qualitätssicherung von der Endkontrolle in den Produktions- und Planungsprozeß.

Produktqualität im Kinderfernsehen

Als zentrales Kriterium kann die Übereinstimmung des Produktes mit den (Kunden-) Anforderungen verstanden werden. Die weiteren Kriterien beschreiben nur Meilen-

steine für die Verwirklichung dieses Zieles. Edward Palmer formuliert genau dies im Hinblick auf das Kind als Zuschauer:

»Bei der Beurteilung von Qualität kommt unweigerlich ein Gedanke auf, der sehr wenig zu tun hat mit speziellen Programmformungen, -formen oder -inhalten. Betrachtet man die besten Kinderprogramme aus aller Welt, so taucht ein grundlegendes Kriterium vor allen anderen auf: Qualität wird dahingehend definiert, inwieweit den tatsächlichen Bedürfnissen der Kinder entsprochen wird. Ein gutes Programm besteht nicht aus Bildern und Tönen, die aus einer Kiste kommen. Es muß durch und für sein Publikum bestehen. Wie gut kann eine Fernsehsendung einem Kind dabei helfen, die mysteriöse Welt um es herum zu verstehen – und auch die mysteriöse Welt in sich selbst? Und auch nicht zu vergessen: Wie hilft es Kindern dabei, sich zu vergnügen?«

[Palmer, Edward L.: Television and America's Children. A Crisis of Neglect. New York, N. Y.: Oxford University Press 1988, S. 79]

Unter den verschiedenen Richtungen der Medienforschung kommt die formative Forschung dem Gedanken der Orientierung an den Anforderungen des Zuschauers am nächsten. Aktuelle Ansätze finden sich in:

Meyer, Manfred: *Wie verstehen Kinder Fernsehprogramme? Forschungsergebnisse zur Wirkung formaler Gestaltungsmerkmale des Fernsehens.*

(Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Nr. 17.)

München: Saur 1984, 315 S. Der erste Teil dieses Sammelwerkes behandelt den internationalen Stand zum Thema »Kinder und die formalen Gestaltungsmerkmale des Fernsehens: Neue Perspektiven der Forschung«. Im zweiten Teil finden sich Beiträge zu den Grundlagen, Methoden und Problemen der formativen Forschung. »Bei der Produktion von Fernsehprogrammen ist die formative Forschung im allgemeinen dazu bestimmt, eine Art »diagnostischer Rückkoppelung« für Produktionsentscheidungen zu liefern, so daß Verbesserungen in der Programmgestaltung, falls notwendig, noch vor der Ausstrahlung möglich sind. ... Formative Forschung ist Nachhilfe mitten im Schuljahr ...« (S. 232)

Welche Anforderungen werden von wem an ein »gutes Kinderprogramm« gestellt?

Wenn das Maß der Qualität der Grad der Erfüllung von Kundenanforderungen ist, so ergibt sich für das Kinderprogramm als Ziel die Erfüllung kindlicher Bedürfnisse und elterlicher Erwartungen. Alle darüber hinausgehenden Anforderungen, beispielsweise die der Programmverantwortlichen, Programmacher, Kritiker, Lehrer, Pädagogen, Wissenschaftler und Jurys, sollten zur Erfüllung dieser Maxime beitragen.

1. Anforderungen, die sich aus der Zielgruppe »Kinder« ergeben

Wartella, Ellen u. a.: *Children Communicating: Media and Development of Thought, Speech, Understanding.* Beverly Hills, Calif.: Sage 1979, 286 Seiten.

Die neun Beiträge dieses Sammelwerkes decken – bis auf eine Ausnahme – alle Bereiche zum Thema »Kindliche Kognition und Fernsehen« ab: Die Entwicklungsperspektive. Kinder und wie sie Fernsehinhalte verstehen. Gestaltung, nicht nur Inhalt: Wie »Mediensymbole« an der Entwicklung von Fähigkeiten teilhaben. Die kindliche Aufmerksamkeit: beim Fernsehen. Wie verstehen Kinder die Personen auf dem Bildschirm? Aufbau und Entwicklung der Kommunikationsfähigkeit von Kindern. Sprache und Verstehen beim heranwachsenden Kind. Erwachsen werden im »Global Village«: Fernsehen und Jugend. Das Kleinkind als Konsument.

Sturm, Hertha u. a.: *Emotion und Erregung – Kinder als Fernsehzuschauer: Eine psychophysiologische Untersuchung.*

In: *Fernsehen und Bildung* 16/1982/1–3, S. 11–114. Zitiert nach Schmidbauer, Michael: *Kinderfernsehen in der Bundesrepublik Deutschland.* (Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Nr. 22)

München: Saur 1988, S. 138). Diese mit 60 neunjährigen Kindern in Österreich durchgeführte, experimentelle Studie erhebt die emotionalen Reaktionen in Abhängigkeit von unterschiedlichen Darbietungsformen. Die Studie sei erwähnt, da die Thematisierung emotionaler Aspekte eine Seltenheit darstellt. Infolge des experimentellen Designs (Emotion als abhängige Va-

riable) erlauben die Ergebnisse leider keinen Rückschluß auf die Bedeutung emotionaler Prozesse als ein vom Kind an das Fernsehen herangetragen Kriterium.

Blumler, Jay G.; Katz, Elihu: *The Uses of Mass Communication – Current Perspectives on Gratification Research.* Beverly Hills, Calif.: Sage 1974, 318 Seiten.

Dieser Sammelband gilt als Klassiker des Nutzenansatzes (der Nutzenansatz betrachtet das Programm im Blickwinkel des Zuschauers – »Was fängt der Zuschauer mit dem Programm an?«). Die 15 Beiträge umreißen die einschlägigen Ergebnisse, Methoden, Theorien und Implikationen. Der Beitrag »Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children« von Bradley S. Greenberg zeigt über eine Faktorenanalyse folgende Motive, warum Kinder fernsehen: um zu lernen, aus Gewohnheit, um etwas Aufregendes zu erleben, um nicht allein zu sein, um zu entspannen, um den Alltag zu vergessen, um Zeit zu verbringen.

Charlton, Michael; Neumann, Klaus: *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. Methode und Ergebnisse einer strukturanalytischen Rezeptionsforschung.*

München: Psychologie Verlagsunion 1986, 213 Seiten. Das Werk umfaßt das theoretische Modell und detaillierte Falldarstellungen der strukturanalytischen Rezeptionsforschung, die den Rezipienten als aktiv handelndes Subjekt betrachtet und die Hand-

lungsründe für den Einzelfall rekonstruiert. Die Medienrezeption von Kindern wird in bezug auf die Funktion in der jeweiligen Lebenswelt analysiert. Die Kapitelüberschriften skizzieren jeweils das Hauptergebnis: Vom Aufbruch in die Fremde: Medien im Leben eines Landkindes; Geschlechtsrollenentwicklung und Medienrezeption: Ein Mädchen setzt sich mit der Frauenrolle im Kinderfilm auseinander: Medienabstinentz: Eine Vierjährige kann sich Medienkonsum nicht leisten; Vielsehen: Wie eine Familie versucht, sich sprachlos nahe zu sein.

Benzinger, Josef P. u. a.: *Fernsehen im Alltag von Kindern.* In: Kiefer, Marie-Luise u. a.: *Kinder – Medien – Werbung.*

(Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 1)

Frankfurt/Main: Metzner 1981, S. 295–607.

Zitiert nach Schmidbauer, Michael: *Kinderfernsehen in der Bundesrepublik Deutschland.* München, Saur 1988, S. 129. Die 1979 von Infratest in der Bundesrepublik durchgeführte Studie erhebt unter anderem die Einstellung von Schulkindern gegenüber dem Fernsehen. Fernsehen gilt »in erster Linie als Möglichkeit ... mit lustigen und spannenden Programmen Langeweile zu vertreiben, in zweiter Linie, um spielerisch Gesprächsstoff und neue Ideen angeboten zu bekommen und erst an dritter Stelle zur Vermittlung von Wissen«.

2. Anforderungen von Eltern

»Mehr als 200 Zuschauer haben unmittelbar nach der Ausstrahlung der *Schwarzwaldklinik* am Samstag, dem 1. Februar, um 19.30 Uhr im ZDF protestiert und zum Teil heftige Kritik geübt. Es geht um eine Vergewaltigungsszene, die sehr eindeutig dargestellt war und deshalb die Eltern, die ihre Kinder nichts Schlimmes ahnend am frühen Abend vor der »Traumserie« sitzen ließen, in arge Erklärungsnot preßte. Das hätten die Programmverantwortlichen voraussehen können und müssen... Das ZDF hat inzwischen erklärt, daß gesichert sei, daß derart drastische Szenen wie die Vergewaltigung zu einem so frühen Zeitpunkt nicht mehr gesendet werden. Programmdirektor Alois Schardt setzte die für den nachfolgenden Montag vorgesehene Wiederholung am Vormittag ab.«

[Herbert Janssen: Die Grenzen von sentimentalern Fernsehserien. Zu Protesten gegen eine Vergewaltigungsszene in *Schwarzwaldklinik*. In: Funk-Korrespondenz 06/1986, S. P12-P13]

Barcus, F. Earle: Concerned Parents Speak Out on Children's Television.

Boston, Mass.: Action for Children's Television (ACT) 1973, 103 Seiten.

In einer Befragung der Eltern von Vorschulkindern wurde u. a. die Einstellung gegenüber dem Fernsehen erhoben: »Eltern haben sich in überwäl-

tigender Form für das Programm von PBS (Public Broadcasting System) ausgesprochen, vor allem für *Sesamestraße*, *Mister Rogers* und *Electric Company*, und haben diese Programme höher eingeschätzt als die der kommerziellen Konkurrenz. 96% der Eltern wünschten die Änderung der Werbepraktiken im Kinderprogramm. 40% wollten keinerlei Werbung, 25% eine Verringerung der Werbezeiten und 25% wünschten sich Blockwerbung am Ende des Programms. Verärgerung wurde geäußert über die Spielzeugwerbung und die Qualität des Spielzeugs selbst. Die meisten Eltern meinten, daß das Fernsehen Einfluß hat: sie glauben, daß das Fernsehen, und besonders PBS, die Kommunikationsfähigkeit fördert, soziales Lernen verstärkt und allgemein das Spektrum der Interessen erweitert. Sie hatten auch das Gefühl, daß in den Fernsehprogrammen zuviel Gewalt und Materialismus vorkämen und daß bestimmte Programme Passivität und antisoziales Verhalten förderten. Die negative Einstellung zum Fernsehen war bei denjenigen Eltern am ausgeprägtesten, deren Kinder sehr viel und in der Hauptsache kommerzielle Programme sahen.«

3. Anforderungen der Programmverantwortlichen und Programmacher

»Das bedeutet schlicht, ich muß mein Programm füllen und kann dabei erst einmal darauf gar keine Überlegung verschwenden, für welchen Sozialisationstyp ich plane, ob ich für das »neue Kind« oder so ein Programm machen soll. Ich entscheide hier und jetzt, ob ich was interessant finde oder nicht. So. Das ist so, wie ich Ihnen das jetzt sage. Und natürlich überlege ich mir jetzt dabei, da geht alles in meinem Kopf um und in mei-

nem Bauch auch, was ich denke oder was ich fühle, wo's grummelt oder nicht grummelt, was für Kinder interessant sein könnte. Klar. ... meine Überlegungen sind erstmal die, wie schaffe ich attraktives Programm ran, und attraktiv heißt ganz klar Unterhaltungswert. Wobei ich jetzt den Unterhaltungswert daraufhin abzuklopfen versuche, daß dieses Programm eben kein Hau-Schlag-Stech-Erwürg-Liebe-Triebe-Programm ist, sondern daß das wirklich ein Programm ist, das sich meinerwegen auch noch in den Bereich der Kinderkultur einfügt und Dinge transportiert... die ich gerne transportiert sehen möchte, weil ich sie für gut halte.«

[Bernd Küsters in: Erlinger, Hans Dieter: Kinder und Fernsehen. Was sagen Redakteure über ihre Arbeit.

(Medien in Forschung und Unterricht. Band 10)

Tübingen: Niemeyer 1982, S. 60-61.]

Schmidbauer, Michael: Die Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Dokumentation.

(Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Nr. 21)

München: Saur 1987, 187 Seiten.

In dieser Publikation geht es darum, die »Bedingungen und Entwicklungen, Bestand und Konsequenzen des »offiziellen« Kinderprogramms zu dokumentieren, das ARD/ZDF im Laufe ihrer bisherigen Geschichte sowohl für die 6- bis 12jährigen als auch für die Gruppe der Kleinkinder, die 3- bis 5jährigen, offeriert haben.« (S. 7-8) Dabei wird besonders der Blickwinkel der Programmverantwortlichen transparent. »Mit Hilfe der bereitgestellten Protokolle und Notizen aus Programmkonferenzen, Programmbei-

ratssitzungen, Redaktionszusammenkünften und redaktionellen Arbeitsgemeinschaften hat sich so die einmalige Chance ergeben, die Geschichte des Kinderfernsehens aus der Innenperspektive von ARD und ZDF darzustellen.« (S. 8)

Niederschrift über die 15. Sitzung des Ausschusses für Jugend, Bildung und Erziehung des ZDF-Fernsehrates am 7. 12. 1973 in Mainz, S. 20ff.

In der Diskussion um die 1973 erstmals ausgestrahlte Sendung *Rappelkiste* werden die Kriterien der Programmverantwortlichen deutlich. Diese können – trotz hoher Akzeptanz beim Empfänger – zur Absetzung einer Sendung führen. Die in dieser Niederschrift festgehaltene Sitzung stellt den Höhepunkt der Auseinandersetzung um die *Rappelkiste* dar. Als positiv werden u. a. herausgestellt: Darstellung der Welt, so wie Kinder sie sehen; Anregung zu Kommunikation und Kooperation ohne Vorschriften; kindgemäße Darstellungsform; Anregungen für Eltern. Als negativ werden u. a. bezeichnet: überzogene, einseitige Darstellung der Wirklichkeit; Unklarheit der Adressatengruppe; für Kinder unverständliche Problematisierungen; zu umfangreiche Konflikt Darstellungen; einseitige und fragwürdige pädagogische Konzeption; zu wenig Humor und Zufriedenheit.

»Rappelkiste« erfolgreich bei Kindern und Eltern». In: Fernsehen und Bildung 8/1974/1-2, S. 72.

Dieser Artikel faßt die Ergebnisse der Infratest-Fernsehforschung zusammen. Denen zufolge war die *Rappelkiste* eine Lieblingssendung der 3- bis 9jährigen. Die durchschnittliche Einschaltquote von 23% war im Vergleich zu anderen Vorschulsendungen sehr hoch.

Müntefering, Gert K.: ... dazu sind auch Erwachsene herzlich eingeladen. **Ausblick und Nachschau für eine große Programmsparte: das Kinderfernsehen.**

In: Kinderfernsehen. München: Deutsches Fernsehen/ARD Programmdirektion 1986, S. 5–16.

(Nachdruck aus ARD-Jahrbuch 1986)

In diesem Rück- und Ausblick auf das ARD-Kinderprogramm formuliert Müntefering zehn Thesen für die wesentlichen Aufgaben des Kinderfernsehens: »1. Das Fernsehen ist der Geschichtenerzähler für Kinder ... 2. Erzählende Serien sind das Perpetuum Mobile des Mediums ... 3. ... nur wenige Titel (sind) in den Phantasiehaushalt der Kinder eingedrungen ... 4. ... Die auf Nutzung des Mediums fixierten pädagogischen oder kulturellen Strategien sind insoweit überholt, als sie es nicht geschafft haben, ihren Absichten durch Programme den Ereignischarakter zu geben. 5. Gerade weil die Vermittlung pädagogisch formulierter Lernziele nicht Maßstab des Kinderprogramms ist, werden Einblicke in Wirklichkeiten eröffnet und singuläre Erfahrungen vermittelt. ... 6. Die Fähigkeit der Kinder, Fernsehmaterial automatisch gewissen Qualitätskontrollen zu unterwerfen, ist hoch entwickelt ... 7. Die

Sendezeit ... trifft nach wie vor nicht exakt die Schbereitschaft ... 8. Bildschirme sind als Computer-Terminals in Kinderzimmer eingedrungen ... 9. Das Kinderfernsehen steckt mitten im Wettbewerb mit den Video-Kassetten und Computerprogrammen ... 10. ... Kinderprogramme sind gleichzeitig zielgerichtet und Erwachsenenprogramm, auf keinen Fall aber eine andere Zuschauer ausschließende Veranstaltung für Kinder.«

4. Anforderungen von Lehrern

Neumann, Klaus; Braun, Bärbel; Charlton, Michael: »Wir sehen kein Fernsehen«. **Zum Mediengebrauch von Lehrerfamilien im eigenen Alltag.**

In: medien praktisch 3/1987, S. 46–48.

Ohne Anspruch auf Repräsentativität schildert diese Fallstudie den Umgang einer Lehrerfamilie mit Medien: »In der Lehrerfamilie Bald besteht eine ablehnende Haltung gegenüber dem Fernsehen und allen anderen Neuen Medien. ... Frau Bald setzt sich als engagierte Lehrerin und Mutter mit den aktuellen gesellschaftlichen Gegebenheiten und Tendenzen auseinander. ... Sie lebt angesichts der heutigen »Medienschwemme« auch für sich selbst und ihre Familie eine Art von pädagogischem »Gegenprogramm« ...«

5. Anforderungen von Wissenschaftlern

Cook, Thomas D. u. a.: »**Sesame Street**« Revisited.

New York, N. Y.: Russel Sage Foundation 1975, 410 Seiten.

Diese Publikation steht am Anfang einer Publikationsreihe der Russell Sage Foundation, die alle dem Ziel folgen, vorhandene Evaluationen zu beschreiben und die dabei verwendeten Methoden, die Ergebnisse und die daraus abgeleiteten Schlußfolgerungen zu überprüfen. Das Werk »Sesame Street« Revisited« stellt eine zusammenfassende Sekundäranalyse (Reevaluation) der verschiedensten Evaluationsergebnisse zur *Sesamstraße* dar. Dies umfaßt Hauptergebnisse, Wirkungen, Kosten, Programmauftrag und Implikationen für die Sozialpolitik. Das Kapitel »Die Bewertung von *Sesame Street* und drei weiteren nationalen Zielsetzungen für Vorschulprogramme« arbeitet die Bewertung der Sendung im pädagogischen und gesellschaftlichen Kontext heraus. Die Zwischenüberschriften (Der Lehrerfolg von *Sesame Street*; Der Unterhaltungswert; Der allgemeine Wert; Wie hilfreich ist es, die geistige und kulturelle Entwicklung aller Vorschulkinder zu unterstützen? Ist es möglich, die Kluft bei der Lernleistung zu verringern? Nützt es überhaupt, wirtschaftlich benachteiligten Kindern mehr Wissen anzubieten, wenn sich dadurch die Wissenskluft immer noch vergrößert?) können durchaus als Anforderungskatalog für Bildungsfernsehen verstanden werden.

6. Kriterien von Jurys bei Preisverleihungen an Produktionen des Kinderprogramms

Prix Jeunesse International, München

»Welche Sendungen erwarten Veranstalter und Teilnehmer ...? Sendungen für Kinder und Jugendliche – keine Sendungen über junge Menschen. ... Sendungen, die sich an den Bedürfnissen, Interessen und Wünschen junger Menschen orientieren – keine Sendungen, die sich an Erwachsene wenden oder nur PR-Zwecken dienen. ... Unterhaltsame oder informative Sendungen für junge Menschen, die von jungen Menschen gesehen werden – keine Schulfernsehensendungen! Sendungen, die nach Inhalt und Form aus dem Durchschnitt des Programmangebots der betreffenden Organisation herausragen ...«

Die Preisverleihung erfolgte 1988 in vier Kategorien: Animation, Information, Unterhaltung und Spiel.

[Prix Jeunesse International 1.–9. Juni 1988 München. Statuten, S. 2]

American Children's Television Festival – The Ollie Awards, Chicago, Ill.

»... Sie sind hier, um die nominierten Programme auf ihre Zielsetzungen hin zu prüfen: eine gute Geschichte zu erzählen, zu unterhalten, zu lehren, eine Botschaft zu vermitteln. Sehen Sie sich Konzept, Inhalt und Produktionsart eines jeden Programms an. Nehmen Sie die Programme als Fallstudien. Worin liegen die besonderen Wirkungen eines jeden Programms. Können die Programme noch verbessert werden? Wieweit sind die Bedürfnisse der Kinder berücksichtigt? ...«

[The Ollie Awards, 25.–28. Oktober 1987, 1. Innenseite]

Prix Danube, Bratislava

»...Bei der Auswahl sollte man von dem Prinzip ausgehen, daß die Wettbewerbsprogramme mit spezifisch fernsehgerechten Mitteln die Grundideen des Festivals ausdrücken:

- a) im Rahmen ihres Genres in schöpferischer Art das Leben, die Probleme und die Wünsche der Kinder und Jugendlichen von heute darstellen,
- b) Kinder und Jugendliche zu einer schöpferischen Tätigkeit, zu einer aktiven und positiven Beziehung zum Leben zu führen und das Gefühlsleben des jungen Zuschauers bereichern,
- c) den Gedanken der Solidarität mit allen friedliebenden Völkern der Welt unterstützen
- d) auf Kinder und Jugendliche zukunftsweisend einwirken und zur Entfaltung ihrer Fähigkeiten beitragen, so daß sie die moderne Wissenschaft und Technik meistern lernen.«

[Prix Danube '85 Bratislava, CSSR, Reglement S. 9]

Adolf-Grimme-Preis, Marl

»Der Adolf-Grimme-Preis... versteht sich als Preis für Fernsehkultur. Er will durch Auszeichnungen... bekunden und bekräftigen, wie Fernsehen bei allem, was es hervorbringt, für Programmqualität im umfassenden und differenzierten Verständnis in Anspruch zu nehmen ist. ... Mit dem Adolf-Grimme-Preis werden Sendungen aus allen Programm-Sparten ausgezeichnet, die die spezifischen Möglichkeiten des Mediums Fernsehen auf hervorragende Weise nutzen und nach Form und Inhalt Vorbild für die Fernsehpraxis sein können«

[Adolf-Grimme-Preis 25. Marl 1989, Statut. o. S.]

Television Festival, Banff

»Das »Banff Television Festival« ist ein jährlich stattfindender internationaler Wettbewerb, der herausragende Fernsehprogramme auszeichnet. ... Beim Festival sind qualitativ hochwertige Programmbeispiele aus folgenden Kategorien erwünscht: ... Kinderprogramme – ein Fernsehfilm oder ein anderes Programm, Spielhandlung oder Dokumentation – die eindeutig zur Unterhaltung von Kindern bestimmt sind.«

[Banff Television Festival, Regulations and Entry Form, Banff, Kanada 1989, o. S.]

The Japan Prize International Educational Program Contest, Tokio

»Art. 1: Absicht des Wettbewerbs: Ziel und Zweck des »Japan Prize International Educational Program Contest« ... sind, die Weiterentwicklung von Bildungsprogrammen in Hörfunk und Fernsehen in allen Ländern zu unterstützen und dazu beizutragen, daß Verständnis und Zusammenarbeit zwischen den Nationen gefördert werden.«

Die Preisverleihung erfolgt gegenwärtig in folgenden Kategorien: Grundschulbildung; Sekundarschulbildung; Erwachsenenbildung; Allgemeine Bildungsprogramme.

[The Japan Prize, Statuten 1987, S. 1–2]

The ABU Prize for Radio and Television Programmes

Der ABU Preis für Hörfunk- und Fernsehprogramme ist ein jährlich von der Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) veranstalteter Wettbewerb. Im Rahmen dieses Wettbewerbs wird auch ein

Preis für Kinderfernsehprogramme vergeben.

»Klausel 1: Der Preis... soll einem Fernsehprogramm verliehen werden, das für die Unterhaltung von Kindern unter 12 Jahren gedacht ist. Das Programm soll auch erzieherische Elemente beinhalten, die jedoch zur Freude der Kinder auf unterhaltsame Weise und nicht im Sinne eines Lehrprogramms Bildung vermitteln.«

»Klausel 3: Der Preis soll dem Beitrag zugesprochen werden, der das Medium Fernsehen zum Erreichen seines Ziels am erfolgreichsten einsetzt und dem es gelingt, das Interesse der Kinder einer bestimmten Altersgruppe für Bildungsinhalte zu wecken... Faktoren, die u. a. von der Jury besonders beachtet werden, sind: Phantasie und Originalität beim Einsatz des Mediums Fernsehen zur Vermittlung von Informationen auf unterhaltsame Weise; Einfallsreichtum, wenn nur begrenzte technische und finanzielle Mittel zur Verfügung stehen; Eignung des Programms hinsichtlich seines Verständnisses und hinsichtlich des Alters der Zielgruppen; Erfolgchancen, das Interesse dieser Zielgruppen zu wecken.«

[The ABU Prize for Radio and Television Programmes, Rules, 1987, S. 1, S. 15, S. 16]

DER AUTOR

Werner Müller ist Diplom-Psychologe und arbeitet freiberuflich als Medienpädagoge, Mediendidaktiker, Lehrbeauftragter und Trainer in der beruflichen Weiterbildung.