June H. Lee

Sisimpur – Bangladeschs *Sesamstraße*

Der Bildungserfolg einer länderspezifischen Umsetzung

Seit 2005 wird Bangladeschs Version der *Sesamstraße* ausgestrahlt. Speziell ausgestattete Rikschas bringen das Programm auch in abgelegene Dörfer ohne Fernsehgeräte. *Sisimpur* fördert nachweislich die Lese-, Schreib- und Rechenfähigkeiten und zeigt, dass Bildung Spaß machen kann.

»Sie bringen einem bei, wozu man ein ›a‹ braucht und wozu man ein ›b‹ braucht. Ich lerne das. Sie fragen, wozu man ›jha‹ braucht, und dann fliegt Tuktuki in einem ›jhor‹ (Sturm) davon und landet wieder auf der Erde.«
Ratul, im Dorf Mirka, Bhaluka, Bangladesch (Kibria 2006)

Ratul, ein Junge aus dem Dorf Bhaluka in Bangladesch, spricht über *Sisimpur*, die bengalische Koproduktion der *Sesamstraße*. Die Basis für *Sisimpur* wurde 2003 geschaffen, als ein Team des Sesame Workshops aus New York Bangladesch besuchte, um die Möglichkeiten eines Bildungsfernsehprogramms für die dortigen Kinder im Vorschulalter auszuloten. Obwohl Bangladesch in den letzten 10 Jahren entscheidende Schritte zur Erweiterung der Grundschulen unternommen hat (vgl. Lusk/Hashemi/Haq 2004), sind die finanziellen Mittel, die die Regierung für Bildungsprogramme für jüngere Kinder zur Verfügung stellt, begrenzt. Gleichzeitig ist das Fernsehen ein beliebtes Medium, das immer mehr Bevölkerungsteile erreicht und das auch ein wichtiger Kanal für die Verbreitung von Informationen ist (z. B. zum Thema Gesundheit, vgl. die Evaluation der Associates for Community and Population Research 2002). Das Medium Fernsehen zur Vermittlung von Bildungsinhalten erschien daher vielversprechend, um Kindern in ganz Bangladesch bereits im frühen Kindesalter auf kostengünstige und informelle Weise Bildungschancen zu eröffnen. Die Bildungsziele des Projekts wurden während eines Treffens in Dhaka 2004 ausgearbeitet. Bengalische ExpertInnen aus dem Bildungsbereich erarbeiteten zusammen mit den Produzenten und dem Kreativteam von Sesame Workshop Bildungsziele für das Projekt, die für die Kultur stimmig waren und die die wichtigsten Bedürfnisse der Kinder in Bangladesch abdeckten. Diese Ziele wurden schriftlich festgehalten und dienten als Grundlage für das pädagogische Konzept der Serie. Viele Bereiche werden erfasst, etwa grundlegende Lese- und Schreibfähigkeiten und Mathematik, Gesundheitsvorsorge, Hygiene und Ernährung, gegenseitiger Respekt und Verständnis füreinander (»diversity«), Familie und Gesellschaft sowie Kunst und Kultur. Jeder Filmbeitrag, der für die Sendung produziert wird, ist inhaltlich auf ein bestimmtes Bildungsziel ausgerichtet.

Sisimpur wurde erstmals im April 2005 auf Bangladesh Television ausgestrahlt, dem einzigen öffentlich-rechtlichen Sender Bangladeschs. Die Sendung spielt in einem Dorf, dessen Mittelpunkt ein ausladender bengalischer Feigenbaum ist, um den sich Wohnungen und ein Süßwarenladen gruppieren. Wie bei vielen län-

derspezifischen Adaptionen der *Sesamstraße* sind die Muppet-Figuren das Herzstück des Ganzen: Tuktuki, ein 5-jähriges Muppetmädchen wurde entwickelt, um die Bildung von Mädchen zu fördern. Tuktuki hat einen unersättlichen Bildungshunger und kann es kaum erwarten, in die Schule zu kommen. Sie wohnt in *Sisimpur* mit ihren Nachbarn Halum, einem lebenslustigen bengalischen Tiger, der ganz wild auf Fisch, Obst und Gemüse ist, dem 5-jährigen Schakal Shiku, der ein Wissenschaftler, Erfinder, Detektiv und Sammler ist, und Ikri Mikri, einem wissbegierigen 3-jährigen Monstermuppet mit einer lebhaften Fantasie. Diese Muppets werden unterstützt von einem Ensemble von Menschen: Dazu gehören z. B. eine Grundschullehrerin, ein Bauer, ein freundlicher Süßwarenhändler und eine liebevolle Großmutter.

Sisimpur geht in Bangladesch nicht nur neue Wege, was die Medienproduktion, Drehbuchentwicklung, Bildung und Forschung betrifft, sondern das Programm enthält ein Element, das es noch in keiner anderen Adaption der *Sesamstraße* gab: Marionettentheater hat in Bangladesch eine lange Tradition, und das bengalische Team wollte diese Tradition in die Sendung einbringen. Unter Anleitung des führenden kreativen Beraters der Produktion, Mustafa Monwar, der ein hervorragender bengalischer Puppenspieler ist, erschufen die Produzenten drei Marionetten – Bhutto, Gaanwalla und Hatim – für die Serie. Für sie ist ein spezieller Ort reserviert, denn sie leben in der Fantasiewelt der Figur Ikri Mikri und führen wunderliche Geschichten vor, die auf bengalischen Volksmärchen basieren. Zum ersten Mal in der Geschichte der *Sesamstraße* wurde die lokale Marionettentradition in die Sendung integriert, die die Show bereichert und die Fantasie der Kinder in Bangladesch anregt.

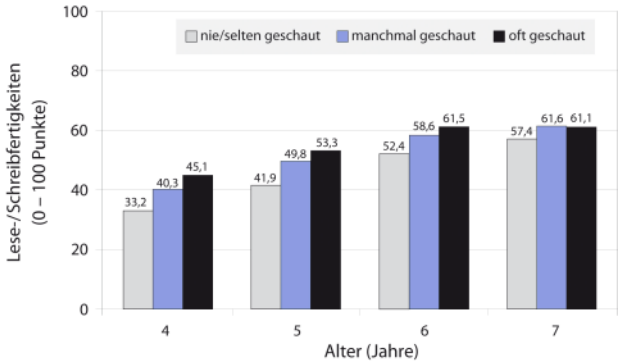
Das Projekt enthält noch ein paar weitere Neuheiten für eine internationale Koproduktion der *Sesamstraße*. Ein innovatives »Filmemacher-Projekt« bildete Teenager aus ländlichen Gegenden in Bangladesch aus, damit diese Live-Action-Segmente für die Serie produzieren konnten (vgl. Cole/Biel/Pai 2007). Außerdem organisierte das internationale Kinderhilfswerk »Save the Children« öffentliche Vorführungen von *Sisimpur*. Speziell ausgerüstete Rikschas bringen die Sendung in abgelegene Dörfer. So können Kinder, die normalerweise keine Gelegenheit haben fernzusehen, das Programm in großen Gruppen gemeinsam anschauen (vgl. Abb. 3).

Die Ausstrahlung der zweiten Staffel von *Sisimpur* im Fernsehen ist nun beendet, und die Finanzierung der Produktion weiterer vier Staffeln ist gesichert. Ein solches Bildungsfernseh-Projekt ist beispiellos in Bangladesch. Wie bei vielen internationalen Projekten des Sesame Workshops gab das Team ein Forschungsprojekt in Auftrag, um *Sisimpurs* Wirkung hinsichtlich der verschiedenen Bildungsziele zu evaluieren. Die von Dritten durchgeführte Studie bewertete *Sisimpur* in Bezug auf die Reichweite der Sendung bei der Zielgruppe, die Bildungseffektivität bei Kindern sowie den Einfluss und die Wahrnehmung des Fernsehprogramms in der Gesellschaft.

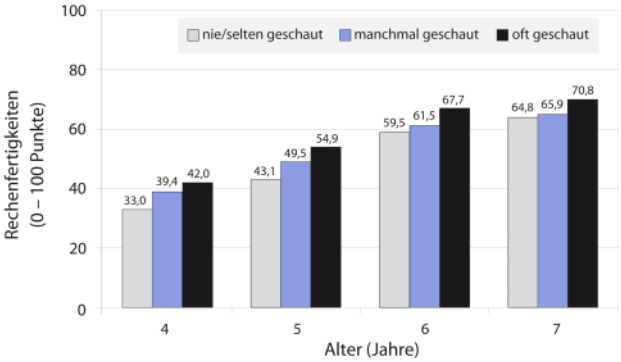
Die Evaluation von *Sisimpur*

Die Forscher fanden heraus, dass *Sisimpur* nach einem Ausstrahlungszeitraum von 7 Monaten eine große Reichweite erzielte, insbesondere unter Familien, die einen Fernseher besitzen (vgl. InterMedia 2006). 45 % der befragten Familien besaßen einen Fernseher. In diesen Haushalten war *Sisimpur* 76 % der Mütter ein Begriff, und 75 % hatten Kinder, die die Sendung geschaut hatten.

In der Zielgruppe erfolgreich zu sein, ist ein erster Schritt hin zu einer breit gestreuten Wirkung. Um festzustellen, ob die Bildungsziele bei Vorschulkindern erreicht werden, wurden landesweit 9.704 Mütter und 7.112 Kinder im Alter von 3 bis 8 Jahren befragt (vgl. Associates for Community and Population Research 2007). Die Kinder wurden nach verschiedenen grundlegenden Fähigkeiten beurteilt. Dazu zählten u. a. Lese- und Schreibfertigkeiten (d. h. Erkennen von Buchstaben und Größe des Wortschatzes), mathematische Fertigkeiten (d. h. Zählen und das Erkennen von Zahlen) sowie soziokulturel-



Grafik 1: **Allgemeine Lese- und Schreibfertigkeiten nach Alter der Kinder und Sehdauer des TV-Programms**



Grafik 2: **Allgemeine mathematische Fertigkeiten nach Alter der Kinder und Sehdauer des TV-Programms**

les Wissen (z. B. bengalische Musikinstrumente erkennen, den Namen des Landes und das Erkennen einer Behinderung). Die Studie konnte zeigen, dass das Anschauen von *Sisimpur* in allen 3 Bereichen mit größeren Fertigkeiten verbunden war: Kinder, die regelmäßig (mindestens zweimal in der Woche) *Sisimpur* ansahen, zeigten die gleichen Fertigkeiten wie ein Jahr ältere Kinder, die diese Sendung nicht schauten.

Darüber hinaus zeigte sich, dass die Sehdauer der Sendung im Verhältnis dazu stand, wie Kinder in den beurteilten Bereichen abschnitten: Kinder, die *Sisimpur* regelmäßig sahen, schnitten für gewöhnlich am besten ab, gefolgt von denjenigen, die die Sendung relativ regelmäßig sahen, an dritter Stelle standen diejenigen, die die Sendung gar nicht sahen. Diese Ergebnisse waren unabhängig von den Einflüssen des Familieneinkommens und des Bildungsstands der Eltern, vom Alter und Geschlecht des Kindes sowie von seinen im Vorjahr entwickelten Fähigkeiten (vgl. Grafiken 1 und 2).

Aktuelle kulturanthropologische Studien von Professor Dr. Nazli Kibria mit Tiefeninterviews, Fokusgruppen und Beobachtungen von Kindern, PädagogInnen, Eltern und Betreuern geben weitere Einblicke in die Wirkung von *Sisimpur*. In einer Studie, die vor der Erstausstrahlung von *Sisimpur* durchgeführt wurde, fand Dr. Kibria heraus, dass die frühe Kindheit in Bangladesch überwiegend als Phase eines »natürlichen Wachstums« angesehen wurde, nicht als Phase, in der Fähigkeiten gezielt kultiviert werden können, die dem Kind in Zukunft nützen. Bildung wurde auch eher mit Auswendiglernen in Verbindung gebracht und nicht als freudvolle Erfahrung verstanden. In Folgeinterviews ein Jahr nach Beginn der Ausstrahlung von *Sisimpur* konnte das Forschungsteam eine Veränderung dieser Sichtweisen feststellen.

Das Forschungsteam entdeckte, dass *Sisimpur* nicht nur in der Zielgruppe der 3- bis 5-Jährigen extrem beliebt war, sondern auch bei älteren Kindern. Die Forscher lieferten anschauliche Beschreibungen darüber, wie sehr sich die Kinder auf die Sendung freuten und beobachteten mehrmals, wie Kinder stark hofften, dass die Stromversorgung nicht zusammenbricht, während sie die Sendung anschauen. Manche Kinder erklärten ganz genau, was sie durch die Show gelernt hatten: das Aufsagen von Buchstaben, Zahlen, Zähneputzen, Händewaschen und Höflichkeit. Wie die Forschungsergebnisse zeigten, veränderte *Sisimpur* die Erwachsenen, die Kinder in ihrer Obhut haben: Pädagogen berichteten, dass die Serie sie dazu anregte, kreativer im Unterricht zu sein. Einige übernahmen Lieder aus der Sendung, andere wurden inspiriert von den bengalischen Live-Action-Filmen, die verschiedene Möglichkeiten zeigten, wie man ausrangierte Dinge recyceln und weiterverwenden kann. Einige Pädagogen stellten fest, dass ihre Schüler mehr Spaß am Lernen hatten und besser vorbereitet in die Schule kamen und grundlegende Fertigkeiten im Lesen, Schreiben und Rechnen hatten. Auch unter den Eltern gab es deutliche Hinweise darauf, dass sich die Sicht auf Elternschaft dahin gehend verändert, dass Erziehung aufmerksames und gezieltes Handeln erfordert und dass eine aktive Auseinandersetzung mit den Kindern notwendig ist. Eine Mutter erklärte: »*(Sisimpur)* zeigt, wie man sich gegenüber seinen Kindern verhalten soll« (Kibria 2006, S. 25). Diese kurzen Einblicke in die Wahrnehmung der direkt Beteiligten zeigen, wie herzlich *Sisimpur* in Bangladesch angenommen wurde und wie weitreichend die Effekte der Sendung auf die gesellschaftliche Wahrnehmung von früher Kindheit, Elternschaft und Bildung sind. ■

LITERATUR

Associates for Community and Population Research: National Media Survey 2002. Report prepared for the Bangladesh Center for Communication Programs. Dhaka, Bangladesh: o. Verlag 2002.

Associates for Community and Population Research: 2006 Follow-Up (Wave 1) Evaluation of the Reach and Impact of Sisimpur. Dhaka, Bangladesh: o. Verlag 2007.

Cole, C.; Biel, L.; Pai, S.: Projecting youth voices. Sisimpur Rural Filmmakers' project in Bangladesh. In: Journal of Children and Media, 1/2007/1, S. 88-92.

InterMedia: Reach and perceptions of Sisimpur. Washington, DC: o. Verlag 2006.

Kibria, N.: Social and cultural impacts of Sisimpur. Phase 1 Report. Boston, MA: Boston University 2005.

Kibria, N.: Social and cultural impacts of Sisimpur. Phase 2 Report. Boston, MA: Boston University 2006.

Lusk, M. D.; Hashemi, R. C.; Haq, M. N.: Early childhood education. Context and resources in Bangladesh. Report prepared for Basic Education and Policy Support (BEPS) Activity. Washington, DC: United States Agency for International Development (USAID) 2004.

DIE AUTORIN

June H. Lee, Ph. D., ist Assistant Director for International Research beim Sesame Workshop, New York, NY, USA.