Andrea Holler/Maya Götz/Anne Egerer/Veronika Geiger
gemeinsam mit Diana Nastasia/Sorin Nastasia/Kristen McGregor/Meryl Alper/Lynn Whitaker/
Alexandra Swann/Aldana Duhalde/Alejandra Rabuini/Pablo Ramos Rivero†

SpongeBob oder *Willi wills wissen?*

Kinder berichten, was sie aus dem Kinderfernsehen lernen

In einer internationalen Studie in Deutschland, in den USA, Argentinien, Kuba und Großbritannien wurden 1.412 Kinder zu ihren persönlichen und für sie bedeutsamen Lernräumen und Wissensgewinnen in Kinderfernsehsendungen befragt.

Was ist die Fernsehsendung, aus der du besonders viel gelernt hast?« Diese Frage ist alles andere als einfach zu beantworten angesichts der Tatsache, dass große Teile der Eindrücke, die das menschliche Gehirn aus dem Fernsehen gewinnt, nicht direkt zugänglich sind. Viele Informationen verbleiben in vorbewussten Bereichen und werden in ihrer Herkunft nicht mit dem Fernsehen in Verbindung gebracht. Auf einige Inhalte kann jedoch auch zugegriffen werden – ein spontanes Erinnern ist dann möglich.

Bis jetzt haben sich viele Studien zum einen damit beschäftigt, was Kinder aus einer bestimmten Sendung oder über ein bestimmtes Thema lernen. Zum anderen wurde analysiert, ob es einen Weg gibt, durch den man die Effizienz der Lernerfahrungen von Kindern nachhaltiger gestalten kann, etwa indem man bestimmte Elemente einer Sendung variiert. Auch wenn diese Herangehensweisen darauf basieren, Kinder als aktive, Sinn konstruierende Individuen zu verstehen, sind sie doch immer noch von den Perspektiven und Interessen Erwachsener geprägt. In dieser Studie näherten wir uns dem Thema auf eine andere Art und Weise und wir fragten die Kinder selbst, aus welchen Fernsehsendungen sie meinen, viel gelernt zu haben.

© IZI

Abb. 1: **Eine Erhebungssituation in den USA**

Natürlich erforscht diese Perspektive nicht, welche Lernräume die effektivsten sind, sondern sie untersucht, ob Kinder selbst das Lernen aus dem Fernsehen als bedeutungsvoll wahrnehmen, und falls das so ist, bei welchen Programmen Kinder das Gefühl haben, etwas zu lernen. Im Folgenden stellen wir einige der Ergebnisse aus dieser internationalen Studie vor.

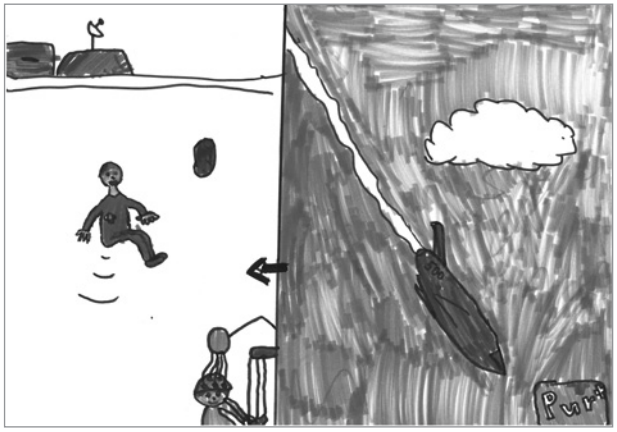
Die Studie

1.412 Kinder im Alter von 7 bis 10 Jahren wurden gebeten, von ihren persönlichen und für sie bedeutsamen Lernerfahrungen zu berichten. Die Kinder malten in gewohnter Umgebung in ihren Klassenzimmern ein Bild von einem Fernseherlebnis, bei dem sie das Gefühl hatten, besonders viel gelernt zu haben. Anschließend schrieben sie einige Sätze zu ihrem Bild, nannten den Namen der Sendung und gaben an, was sie glauben, gelernt zu haben (s. Abb. 1). Diese Methode wurde in verschiedenen Ländern angewandt: Deutschland (n = 297), USA (n = 301[1]), Großbritannien (n = 446), Argentinien (n = 168) und Kuba (n = 200). In der Auswahl wurde versucht, die typischen ethnischen Unterschiede einer Region zu repräsentieren, und es wurde darauf geachtet, ein ausgeglichenes Verhältnis in Bezug auf Alter und Geschlecht zu schaffen.

Ergebnisse: Genres und Formate, bei denen Kinder das Gefühl haben zu lernen

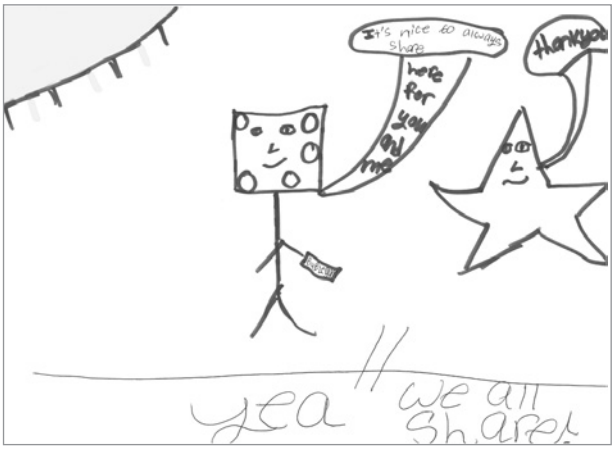
Werden Kinder gefragt, bei welcher Sendung sie mal so richtig viel gelernt haben, nennen Kinder über alle Län-

der hinweg am häufigsten Zeichentrickangebote. Mit deutlichem Abstand folgen dann Sendungen, die sich als Wissenssendungen für Kinder identifizieren lassen, und Sitcoms. Hinzu kommen deutlich kleinere Prozentsätze verschiedenster Genres, von Spielfilmen und Dokumentationen für Erwachsene bis hin zu Scripted-Reality-Formaten. Kinder selbst machen eine relativ große Bandbreite an Sendungen aus, die sie für ihren Wissenszuwachs als bedeutsam wahrnehmen. Und: Die Vorstellungen der Kinder davon, welcher Inhalt von einer Sendung gelernt werden kann, entspricht nicht unbedingt den Vorannahmen der Erwachsenen, was eine »lehrreiche Sendung« ausmacht.
Im internationalen Vergleich der 5 an der Studie beteiligten Länder zeigen sich dabei deutliche Länderunterschiede.



© IZI

Abb. 2: **Faktenwissen: Ein 9-jähriger Junge aus Deutschland hat durch *pur+* erfahren: »Wenn ein Flugzeug im Sturzflug mit Antrieb nach unten fliegt, schwebt man wie im Weltall.«**



© IZI

Abb. 3: **Verhaltensweisen: Ein 10-jähriger Junge aus den USA hat aus *SpongeBob Schwammkopf* gelernt, »dass man nie egoistisch sein soll und alles teilen muss«. Er zeichnet, wie SpongeBob und Patrick sich einen Kaugummi teilen**

USA, Kuba und Argentinien: vor allem Zeichentrick; Deutschland und Großbritannien: Wissenssendungen und Dokumentationen für Kinder

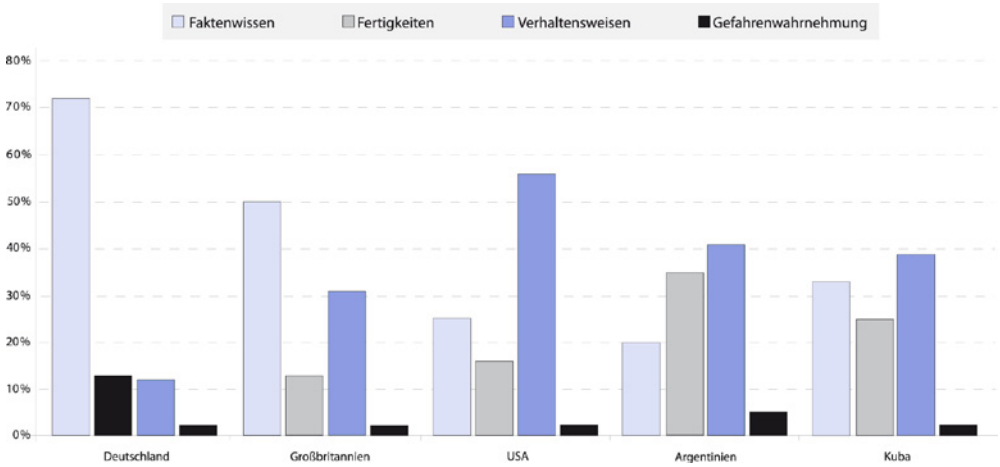
In den USA geben über die Hälfte der Kinder Zeichentrickserien wie z. B. *SpongeBob Schwammkopf* als die Sendungen an, aus denen sie meinen, richtig viel gelernt zu haben. Hinzu kommen Sitcoms (z. B. *iCarly*) und Spielfilme (z. B. *Star Wars – Der Film*). Wissenssendungen spielen in ihren Nennungen so gut wie keine Rolle (1,5 %).
Ganz ähnlich sieht es in Argentinien aus. Hier nennen 40 % der befragten Kinder Zeichentrickserien (z. B. *Phineas und Ferb*), gefolgt von Sitcoms (z. B. Disneys *Meine Schwester Charlie, Die Zauberer vom Waverly Place*) als bedeutsame Lernräume. Als Einzelsendung herausragend ist zudem *Art Attack*, eine Bastelsendung. Es sind vor allem US-amerikanische Produktionen, die Kinder hier als besonders bereichernd empfinden. In Kuba sind es sogar 70 % der Kinder, die Zeichentrickserien als die Sendungen ansehen, aus denen sie besonders viel gelernt haben. Vor den US-amerikanischen Zeichentrickserien liegt hier allerdings die Serie *Elpidio Valdés*, eine Sendung über den gleichnamigen kubanischen Nationalhelden. Die meistgenannte Einzelsendung, bei der kubanische Kinder das Gefühl haben, sie hätten viel gelernt, ist wiederum *Art Attack*.
In Großbritannien ist der Anteil der Kinder, die das Gefühl hatten, aus Zeichentrickserien (z. B. *SpongeBob Schwammkopf*) besonders viel gelernt zu haben, hoch, aber deutlich geringer als in den USA (22,5 %). Auf Platz 2 liegen bei den Kindern aus Großbritannien und Nordirland Sitcoms, gefolgt von Wissenssendungen wie *Horrible Histories* und *Deadly 60* (beide CBBC) sowie Dokumentationen für Kinder.
Werden Kinder in Deutschland nach Sendungen gefragt, aus denen sie glauben, besonders viel gelernt zu haben, nennt fast die Hälfte Wissenssendungen, die speziell für Kinder produziert wurden (*Willi wills wissen* (BR), *pur+* (ZDF)). Mit viel Abstand folgen dann Wissenssendungen aus dem Erwachsenenprogramm (beispielsweise *Galileo* (Pro7)).
Die Erhebung zeigt: In einigen Ländern überwiegen mit weitem Abstand Zeichentricksendungen und Sitcoms als diejenigen Sendungen, von denen sich die jungen ZuschauerInnen inhaltlich bereichert fühlten (Kuba, USA, Argentinien). In anderen stehen Wissenssendungen ganz oben (Deutschland) bzw. ergänzen zusammen mit Dokumentationen und diversen anderen Genres das Portfolio (Großbritannien).

Was Kinder ihrer Meinung nach aus den Sendungen mitnehmen

Faktenwissen

Im Durchschnitt antwortet gut jedes dritte Kind auf die Frage, was es aus dem Programm gelernt hat, dass es sich Faktenwissen angeeignet hat (38 %), und zwar vorrangig aus den Gebieten Biologie, Technik und Geschichte.
So berichtet ein 7-jähriges deutsches Mädchen, dass sie aus der Sendung

Willi wills wissen gelernt hat, »dass Bergwasser von der Natur aus gereinigt ist«. Dabei malt sie den Moderator Willi in den Bergen an einem Gebirgsbach. Ein 9-jähriger deutscher Junge hat durch *pur+* erfahren, »wenn ein Flugzeug im Sturzflug mit Antrieb nach unten fliegt, schwebt man wie im Weltall«. Das von ihm gemalte Bild zeigt die entsprechende Szene aus der Wissenssendung (s. Abb. 2).



Grafik 1: **Internationaler Vergleich: Was Kinder meinen, aus Fernsehsendungen gelernt zu haben**

Ein 8-jähriges Mädchen aus Großbritannien berichtet: »Ich habe gelernt, dass Piranhas eine Kuh in weniger als einer Minute bis auf die Knochen abnagen können«. Sie malt eine Szene, in der Steve Backshall, der Moderator der Sendung *Deadly 60* (CBBC), Piranhas füttert.

Verhaltensweisen

Jedes vierte Kind der Studie benennt Verhaltensweisen als etwas, wo es vom Fernsehen »mal so richtig viel gelernt hat«. Meist sind es soziale Kompetenzen und der angemessene Umgang mit anderen Menschen wie bei einem 10-Jährigen aus den USA, der aus einer Geschichte über SpongeBob und seinen Freund Patrick Star gelernt hat, »dass man nie egoistisch sein soll und alles teilen muss« (s. Abb. 3). Oft sind es Schlussfolgerungen aus einer Geschichte, wie zum Beispiel aus *Phineas und Ferb*, als es Candace einmal gelungen ist, dass ihre Mutter gesehen hat, wie sie von den Jungs reingelegt wurde. Eine 9-jährige Argentinierin schließt daraus, »dass du niemals andere beschuldigen sollst« (s. Abb. 4).

Fertigkeiten

Nach eigener Wahrnehmung gewinnen 15 % der Kinder Fertigkeiten in Bereichen wie z. B. Kunst, Sport, Musik oder Mathematik, indem sie sich in den entsprechenden Sendungen etwas abschauen.

Aus der Sendung *Art Attack* hat eine 10-jährige Kubanerin gelernt, »was mit den Händen zu machen: Ich habe z. B. eine Burg gemacht, einen Stift aus Pappe, ein Bild mit einem Papiervorhang usw.« (s. Abb. 5). Von *Lego Ninjago* hat sich ein 10-jähriger Junge aus den USA mitgenommen, »wie man sich selbst verteidigt«, und er malt »den Grünen Ninja mit goldenem Stern und seiner Ausrüstung und er trainiert in seinem Hauptquartier«.

Gefahrenwahrnehmung

Vereinzelt nahmen Kinder in den von ihnen gesehenen Sendungen auch Risiken oder Bedrohungen wahr, wie z. B.: »Verschiedene Beeren können einen vergiften, wenn man nicht vorsichtig ist, und sie können dich krank machen« (Mädchen, 8 Jahre, Großbritannien, s. Abb. 6).

© IZI

Abb. 4: **Verhaltensweisen: »Phineas und Ferb, ich werde euch beschuldigen« – ein 9-jähriges Mädchen aus Argentinien hat aus *Phineas und Ferb* gelernt, »dass du niemals andere beschuldigen sollst«**

© IZI

Abb. 5: **Fertigkeiten: Ein 10-jähriges Mädchen aus Kuba hat aus *Art Attack* gelernt, »was mit den Händen zu machen«, und u. a. »eine Burg gemacht, einen Stift aus Pappe, ein Bild mit einem Papiervorhang«**

© IZI

Abb. 6: **Gefahrenwahrnehmung: Ein 8-jähriges Mädchen aus Großbritannien hat aus *Pokémon* gelernt, dass es Beeren gibt, die einen vergiften können, »wenn man nicht vorsichtig ist, und sie können dich krank machen«**

Entsprechend den Länderunterschieden, aus welchen Sendungen viel gelernt wurde, unterscheidet sich auch das, was die Kinder als gewonnenen Lerninhalt identifizieren. Steht bei Kindern in Deutschland und Großbritannien Faktenwissen im Vordergrund, sind es in den USA, Kuba und Argentinien eher Lebensweisheiten und Verhaltensweisen bzw. – vor allem aufgrund der Show *Art Attack* – Fertigkeiten im künstlerischen Bereich (s. Grafik 1).

Die Lernräume der Kinder

Kinder nehmen sich also nach eigener Wahrnehmung diverse Dinge aus Sendungen mit. Zum Teil sind es Inhalte, die dem dominanten Verständnis von Lerninhalten entsprechen, zum Teil aber auch Inhalte, die eher in den Bereich des sozialen Lernens fallen oder spezielle Fähigkeiten betreffen. Nicht immer erschließt sich dem erwachsenen Blick sofort, was sich Kinder warum aus einer Sendung gezogen haben und wie sie dieses Wissen nun in ihrem Lebensalltag umsetzen. Umso wichtiger ist es hier – ausgehend von der Perspektive der Kinder –, auf den Gebrauchswert von Sendungen zu schauen und zu versuchen, ihre Sicht auf das Programm nachzuvollziehen. Hier besteht durchaus noch viel Forschungsbedarf.

Deutlich wird jedoch schon jetzt: In allen Ländern ist die Bandbreite dessen, was Kinder selbst erkannt lernen, und die Sendungen, in denen sie es verorten, groß. Gleichzeitig werden nationale Unterschiede sehr deutlich. In allen Ländern laufen Sendungen wie die US-Zeichentrickserie *SpongeBob Schwammkopf* (Nickelodeon) oder Sitcoms wie *iCarly* (Nickelodeon) oder Disneys *Hannah Montana* und *Phineas und Ferb*. Und in allen Ländern nehmen sich Kinder hieraus Verhaltensweisen und Lebensweisheiten mit.

In den Ländern, in denen Kindern attraktive, humorvolle Wissens- und Dokumentationssendungen, die gezielt für Kinder gestaltet wurden, zur Verfügung stehen, werden diese auch ausgesprochen gut angenommen. Als herausragend gewinnbringend aus Sicht der Kinder erweisen sich Sendungen wie *Horrible Histories* (CBBC), bei der skurrile Fakten der Geschichte im Stil des Monty-Python-Humors aufbereitet werden, oder aber *Willi wills wissen* (BR/KiKA), wo ein junger neugieriger Mann Alltagsfragen nachgeht, z. B., wo das Rohr im Klo hingeht oder wie die Post nach Mexiko kommt. Ohne Zweifel sind Identitätsfragen, wie sie in der Sendung *SpongeBob Schwammkopf* konsequent humorvoll aus der Kinderperspektive erzählt werden, bereichernd. Gleichzeitig muss es gesellschaftliches Ziel sein, Kindern ein Vollprogramm zur Verfügung zu stellen, das ihnen einen attraktiven Zugang zu Wissen bietet und ein Verständnis ihrer Lebenswelt ermöglicht. Die deutlichen Unterschiede im internationalen Vergleich könnten hier auf die Gefahr einer Informations- und Wissenskluft hinweisen. ■

ANMERKUNG

[1] *Die Auswahl setzt sich zusammen aus je 100 Kindern aus dem Westen der USA (Los Angeles), dem Mittleren Westen (St. Louis) und der Ostküste (Raum New York).*

DIE AUTORiNNEN

Andrea Holler, M.A., ist wissenschaftliche Redakteurin am IZI, München.

Maya Götz, Dr. phil., ist Leiterin des IZI und des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, München.

Anne Egerer, M.A., und Veronika Geiger, B.A., sind freie Mitarbeiterinnen am IZI, München.

Diana Nastasia, Ph.D., ist Forscherin im Educational Leadership Program der Southern Illinois University Edwardsville, USA.

Sorin Nastasia, Ph.D., ist Assistenzprofessor an der Southern Illinois University Edwardsville, USA.

Kristen McGregor, M.A., ist Produzentin, Forscherin und Autorin für Kindermedien in New York, USA.

Meryl Alper ist Ph.D.-Studentin der Kommunikationswissenschaften an der Annenberg School for Communication & Journalism der University of Southern California, USA.

Lynn Whitaker, Ph.D., ist Dozentin an der Universität Glasgow, Großbritannien.

Alexandra Swann, Ph.D., arbeitet als freiberufliche Medienwissenschaftlerin in Nordirland.

Aldana Duhalde, Journalistin, entwickelt und produziert Kindermedien in Buenos Aires, Argentinien.

Alejandra Rabuini, Psychologin, entwickelt und forscht über Kindermedien in Argentinien.

Pablo Ramos Rivero† war Hauptkoordinator von Red UNIAL, Havanna, Kuba.