merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Tilmann P. Gangloff: Töten Soldaten gerne?

Beitrag aus Heft »2004/01: Lernräume der Zukunft?«

Manchmal genügen ein paar provokante Thesen, um helle Empörung bei einem bis dahin disziplinierten Publikum einer Medientagung zu wecken. „Lernen mit dem Fernsehen?“ war das Thema. Das Fragezeichen im Titel dürften die versammelten Redakteure für Kinderfernsehen allerdings als reine Rhetorik empfunden haben. Dass Sendungen wie „Wissen macht ah!“ oder „Willi wills wissen“ jede Menge Wissen verbreiten, steht für sie selbstredend außer Frage. Und dann kam Stefan Aufenanger. Mit wenigen Worten machte der renommierte Erziehungswissenschaftler (Universität Hamburg) sämtliche Selbstgefälligkeit zunichte: In den Informationsmagazinen für Kinder gehe es immer bloß um Naturwissenschaften, Umwelt oder Tiere, kritisierte er. Auf diese Weise entstehe ein völlig einseitiges Bild der Welt. Kinder bräuchten aber soziales Wissen, um für die Probleme der Zukunft gewappnet zu sein: „Warum gibt es Krieg, warum streiten sich Eltern?“ Und die Frage aller Fragen: „Warum darf ich nicht fernsehen?“ Die Sendungen, forderte Aufenanger, sollten nicht Kenntnisse vermitteln, sondern Erkenntnisse. Kinder sollten Lernen lernen, das sei viel wichtiger als Fakten; die könnten sie sich auch von CD-ROMs besorgen. Und die Moderatoren im Kinderfernsehen findet Aufenanger oberlehrerhaft.Das Publikum war empört. Die große Mehrheit der über hundert Teilnehmer dieser vom Internationalen Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) veranstalteten Tagung waren Redakteure, Produzenten oder Autoren. Entsprechend hoch her ging’s nach Aufenangers provokanten Thesen.

Dadurch blieb eine Studie undiskutiert, die IZI-Leiterin Maya Götz unmittelbar zuvor vorgestellt hatte, und die Aufenangers Ausführungen nachdrücklich bestätigte. Die IZI-Mitarbeiter hatten in der ersten Woche des Irak-Krieges 87 Kinder gebeten, ihre Gefühle und Fantasien zum Krieg zu beschreiben und zu malen. Außerdem sollten sie die Berichterstattung im Fernsehen bewerten.Die Kinder in Deutschland, so Götz’ Fazit, sahen in den Amerikanern die Angreifer, die mit hinterhältigen Tricks arbeiten und mit einem Lächeln Morde begehen. Von der Berichterstattung über den Krieg hätten sie sich mehr Informationen erwartet, gerade auch über die Lage der Menschen im Irak. Grundsätzlich standen sie dem Krieg ablehnend gegenüber. Natürlich spiegeln die Bilder und Aussagen der Kinder auch die ablehnende Haltung innerhalb der Familien wieder. Gerade die Zeichnungen, so Götz, wiesen aber eindeutig auf Medienspuren hin, zumal die Fernsehnachrichten die Hauptinformationsquelle der Kinder waren. Sie haben sich dabei aus vielen Bruchstücken – hier lachende oder jubelnde Soldaten, dort Meldungen über den Tod von irakischen Zivilisten – ihr eigenes Bild vom Krieg gemacht.Die meisten Kinderzeichnungen zeigen Bilder vom „entmenschlichten Krieg“. Oft sind nur Flugzeuge und Bomben zu sehen. Teilweise fliegen Flugzeuge in Hochhäuser, ein klarer Hinweis darauf, wie Kinder mit der Hilfe von Fernsehbildern versuchen, sich eine Vorstellung von der Realität zu machen. Wo Menschen zu sehen sind, gibt es eine klare Rollenverteilung zwischen Angreifern und Opfern.

Zwar ahnten die Kinder, dass auch mit Saddam Hussein irgend etwas nicht stimmt („der ist eigentlich auch schlimm“), doch der Bösewicht in der Auseinandersetzung ist eindeutig George Bush. Ein Bild der neunjährigen Julia zeigt US-Soldaten, die mit einem Lachen im Gesicht auf ein Kind zielen. Praktisch alle Zeichnungen, so Götz, deuteten darauf hin, dass die Berichterstattung über den Irak-Krieg bei den Kindern sehr unausgewogen angekommen sein müsse. Die Zeichnung der Kindermörder belege, dass Julia eine wichtige Information gefehlt habe: „Soldaten töten vielleicht gar nicht gern“. Die Kinder legten Wert darauf, dass das Fernsehen nichts

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

beschönigen solle: „Ich würde zeigen, wie die Bomben einfallen, damit die Leute wissen, wie schlimm das ist, was da alles passiert“, findet der zehnjährige Pepe. Die Zeichnungen zeigen allerdings, dass den Kindern die Dramatik bewusst war. In einem Bild verabschiedet sich eine Mutter in einem brennenden Haus von ihrer geretteten Tochter, indem sie ihr ihren Teddybären zuwirft. Für Götz zeigen die Ergebnisse der Studie, dass es „einer gezielten Unterstützung der Kinder durch eine kindernahe, reflektierte Berichterstattung bedurft“ hätte, die zum Beispiel Hintergrundinformationen über Saddam Hussein zur Verfügung stellt und auch grundlegende Fragen nicht scheut: „Warum gibt es Krieg? Töten Soldaten gerne?“. Ähnliche Untersuchungen wurden in Österreich, den Niederlanden, Israel und den USA durchgeführt. Ihre Ergebnisse werden im Rahmen des internationalen Fernsehfestivals „Prix Jeunesse“ (ebenfalls in München) im kommenden Juni vorgestellt. Im Zentrum der Tagung stand jedoch die Frage, ob die Zielgruppe das Angebot der Informationsvermittlung nutzt und ob Sendungen wie „Willi wills wissen“ (Bayerischer Rundfunk) oder „Wissen macht Ah!“ (WDR) tatsächlich Wissen vermitteln können.

Kika-Programmgeschäftsführer Frank Beckmann zeigte sich überzeugt, dass die entsprechenden Magazine Neugier weckten und Kreativität förderten. Beckmann wies darauf hin, dass diese Sendungen wie auch die Kindernachrichten „logo!“ gerade in der Zeit nach 19 Uhr ein großes Publikum fänden, weshalb die Sendezeitausweitung des KI.KA bis 21 Uhr keinesfalls rückgängig gemacht werden dürfe, wie von einigen Ministerpräsidenten vorgeschlagen. Eine weitere IZI-Studie mit 300 Kindern belegte den Lerneffekt der Wissensmagazine: Noch Wochen später waren die Befragten in der Lage, Details aus den Sendungen wiederzugeben und ganze Szenenfolgen zu beschreiben. Entscheidenden Einfluss auf solche Lerneffekte, so die Münchener Professorin für Grundschulpädagogik und -didaktik, Angelika Speck-Hamdan, hätten die Lernumgebungen. Die Sendungen müssten sich auszeichnen durch Lebensnähe und eine klare Strukturierung, sie müssten viele Anknüpfungspunkte bereit halten, Lernwege vorstrukturieren und „Anker setzen“. Die IZI-Mitarbeiter hatten die Aufmerksamkeitswerte der Kinder codiert. Daher konnte Maya Götz exakt beschreiben, wann die kindliche Aufmerksamkeit am größten ist: „in Szenen, die ästhetisch attraktiv oder für den Sympathieträger wichtig sind“. Wichtig für die Memorierung sei außerdem die Gleichzeitigkeit von Bild und Ton sowie die Heraushebung von Elementen, etwa durch Kreise. Bei langen Erklärungen hingegen oder Gesprächen zwischen Erwachsenen sank die Aufmerksamkeit der Kinder rapide, wovon sich die Tagungsteilnehmer aus erster Hand überzeugen konnten: Unter dem Motto „Screening the Screening“ wurden nicht nur die besprochenen Sendungen projiziert, sondern gleichzeitig auch die Reaktionen der Zielgruppe.

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de