

»Die Erde ist wie eine Schatztruhe, die wir plündern«

WAS KINDER AUS *ERDE AN ZUKUNFT* ÜBER NACHHALTIGKEIT LERNEN

Lena Hachenberg

In einer Studie mit 30 Grundschulkindern im Alter von 8 bis 10 Jahren wurde der Frage nachgegangen, welches Wissen und welches Bewusstsein für einen nachhaltigen Lebensstil durch die Sendung *Erde an Zukunft* gefördert werden können.

»Ich wünsche mir für die Zukunft, dass man nicht immer alles, was noch funktioniert, nur wegschmeißt, weil es was Besseres davon gibt.«

So lautet der Zukunftswunsch von Admir, der unter der Leitfrage »Was sollte in der Zukunft anders, besser, schöner oder neu sein?«¹ eine Folge der Sendung *Erde an Zukunft* einleitet. Das Format ist seit 2012 fester Programmbestandteil des KiKA. Im Sendeelement »Zukunftswunsch« appellieren Kinder an ihre Mitmenschen, doch bitte weniger Müll zu produzieren oder Strom zu verbrauchen. Das Pendant zum Zukunftswunsch ist ein utopisches Zukunftsszenario am Schluss der Sendung. Diese Elemente können als dramaturgische Rahmung der Sendung definiert werden. Ein weiteres sendespezifisches Element ist der Bericht über die »Zukunftsmacher«. Hier werden Projekte von Kindern präsentiert, die sich für eine nachhaltige Zukunft engagieren. Zwischen diesen Sendeelementen führt der Moderator Felix in Form von klassischer Studio-moderation durch die Sendung. Die Intention des Formats ist es, Sachwissen zu Themen der Nachhaltigkeit und

eine moralische Orientierung bezüglich nachhaltiger Handlungsweisen zu vermitteln. Die einzelnen Folgen behandeln oft mehrere Schlüsselprobleme unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit aus den Bereichen Soziales und Gesellschaft, Ökologie und Ökonomie.

KINDERWISSENSSENDUNGEN ALS ORT FÜR WERTEVERMITTLUNG?

Es gibt durchaus Formate im deutschen Kinderfernsehen, wie beispielsweise die Nachrichtensendungen *logo!*, die Wissen über politische und gesellschaftliche Themen präsentieren. Klassische Wissenssendungen, die sich voll und ganz einer Wertevermittlung im Sinne einer nachhaltigen Bildung verschreiben, sind jedoch – abgesehen von *Erde an Zukunft* – nicht zu finden, obwohl solche spezifischen Bildungsangebote ganz im Trend des UN-Bildungskonzepts BNE (Bildung für nachhaltige Entwicklung) stehen würden. Heranwachsende sollen durch den Erwerb von sogenannten Gestaltkompetenzen lernen, gesamtgesellschaftlich und nachhaltig zu handeln. Warum sollte dazu nicht auch der Lernraum Fernsehen – als Ort für Wertevermittlung und Handlungsorientierung – dienen? Ziel der hier vorgestellten Studie ist es zu überprüfen, ob die Kinderwissenssendung *Erde an Zukunft*, die sich die Förderung von nachhaltiger Bildung

zum Ziel macht, zielgruppengerecht und lernfördernd umgesetzt ist.

DIE STUDIE

Es galten folgende Fragen als zielführend:

1. Kann durch die Rezeption von *Erde an Zukunft* eine Vermittlung verschiedener Wissensformen hinsichtlich einer nachhaltigen Lebensgestaltung stattfinden?
2. Welche Sequenzen sind hinsichtlich spezifischer Qualitätsfaktoren kritisch zu betrachten?
3. Wie werden die Inhalte von der Zielgruppe verarbeitet?

Um diese Forschungsfragen zu beantworten, wurde eine repräsentative Folge der Sendung ausgewählt, analysiert und die identifizierten Schwachstellen, die ein effektives Lernen möglicherweise verhindern, durch Interviews mit der Zielgruppe überprüft.

Schritt 1: Medienanalyse

Für die Analyse wurde die Folge *Degrowth – weniger Wachstum für eine bessere Zukunft* verschriftlicht und anhand eines Sequenzprotokolls in Sinneinheiten unterteilt. So konnte ein erster Eindruck von der Komplexität und Struktur der Sendung gewonnen werden. Es folgte eine rekonstruktiv-hermeneutische Analyse des Medientextes.² Ein Leitfaden diente dabei zur

Orientierung. Dieser wurde bereits aus dem theoretischen Teil, in dem das Erarbeiten von Qualitätsfaktoren für die Gestaltung von Kinderwissenssendungen im Vordergrund stand, generiert. Im Fokus standen Fragen zur Art der Wissensvermittlung und Gestaltung der Sendung: Sind die einzelnen Sinn-einheiten in einen dramaturgischen Rahmen eingebunden und durch eine handlungsleitende Fragestellung strukturiert? Findet eine zielgruppengerechte und komplexitätsreduzierende Darstellung der Inhalte statt? Werden die Sprache der Zielgruppe sowie lebensweltliche Beispiele verwendet? Können die Inhalte auch ohne Vorwissen verstanden werden?

Die analysierte Folge behandelt verschiedene Zusammenhänge zum Thema Konsum in Form von stark differierten Erzähleinheiten (sowohl auf der gestalterischen als auch inhaltlichen Ebene). Zu Beginn steht der Zukunftswunsch Admirs. Er wünscht sich, dass die Menschen weniger verbrauchen und nicht so viel wegwerfen. In der anschließenden Studiomoderation geht Felix vor dem Hintergrund dieses Wunsches auf verschiedene wirtschaftliche Themengebiete ein. Er eröffnet immer wieder neue Zusammenhänge der globalen Weltwirtschaft und vermittelt zahlreiches Faktenwissen. Felix' Sprache ist dabei geprägt von vielen Fachbegriffen, wie z. B. »Ressourcen«, »Massenkonsum« und »gentechnikfrei«, die nicht zum Sprachgebrauch

der Zielgruppe gehören. Dies macht auch folgende Aussage von Felix zum Thema Warentransport deutlich: »Fast ein Viertel der weltweiten CO₂-Emissionen entsteht durch Warentransport. Für die Herstellung all der schönen Sachen brauchen wir wahnsinnig viel Energie und Rohstoffe.«

Das Erschließen von Relationen und der Bedeutung der Wörter wird an dieser Stelle den Kindern überlassen. Zudem wird kein Beispiel aus deren unmittelbarer Lebenswelt beschrieben. Auch das Wort »Degrowth«, welches gleichzeitig den Sendetitel bildet, wird nur beiläufig erläutert. Somit wird eine hohe inhaltliche Komplexität geschaffen und Wissen vorausgesetzt, das nicht zielgruppengerecht ist und viel Anlass zu eigenen Schlussfolgerungen gibt.

Nach der ersten Studiomoderation folgt eine lange Erzähleinheit im Stil einer Reportage, in der Felix das Ökodorf Siebenlinden besucht, um die alternative Lebensweise der BewohnerInnen

kennenzulernen. Die ZuschauerInnen sehen, wie Felix am Dorfleben teilnimmt und mit den Menschen agiert. Die Lerninhalte werden stark mit einer narrativen Struktur und sozialer Interaktion verknüpft und können dadurch vermutlich gut verarbeitet werden. Vor allem beim Besuch in der »Verschenkecke« ist der Aspekt der Zielgruppenperspektive sehr hoch.

»Was ist denn das Tolle an dieser Verschenkecke, Matthis? Was gefällt dir denn daran?« - »Wenn andere Sachen zum Beispiel nicht mehr brauchen und sie dann wegschmeißen würden, dann müsste man sich die Sachen, wenn man sie haben will, ja kaufen und das ist ja bisschen schade, dann kann man's ja hierher bringen und dann können andere das haben.«

Nach dem Besuch folgen weitere Szenen im Studio, in denen Felix nachhaltige Alternativen und Projekte sowie die Elemente »Zukunftsmacher« (Reportage über ein Repair-Café) und »Zukunftsvision« vorstellt.

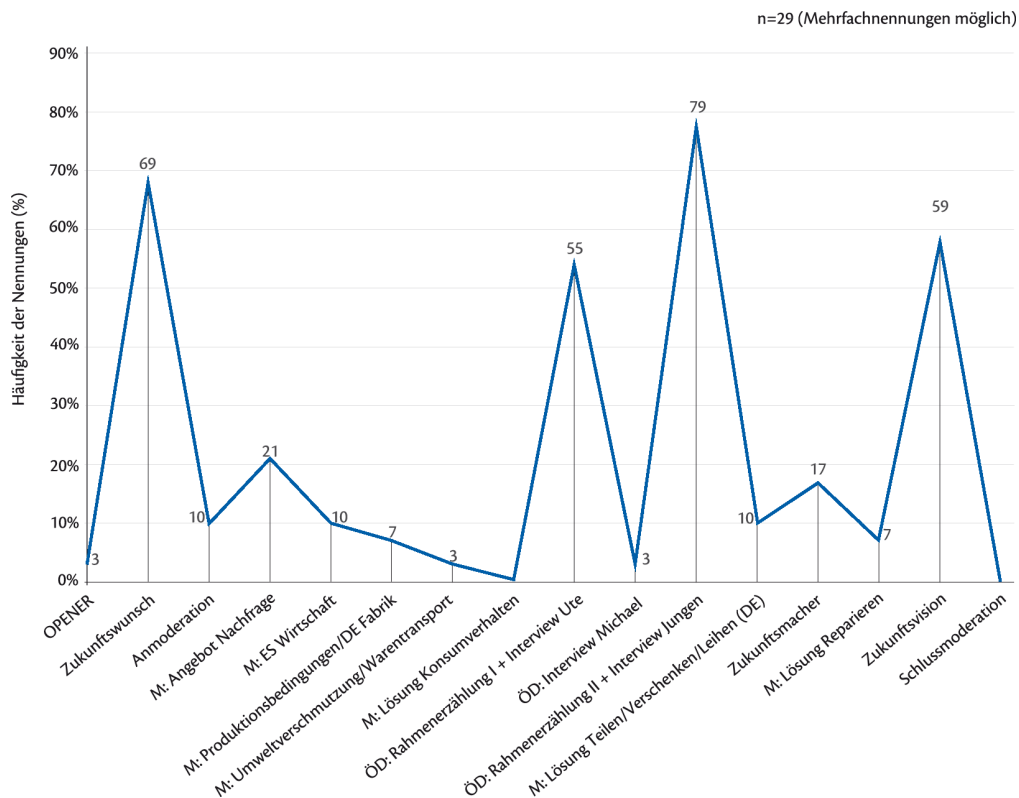


Abb. 1: Sendeeinheiten mit starken narrativen Strukturen, sozialer Interaktion und Lebensweltbezug in der Sendung Erde an Zukunft (KiKA) wurden von den befragten Kindern besonders gut memoriert



Screenshot von Erde an Zukunft © Kika

Abb. 2: Die Sequenz »Verschenkecke« aus der Reportage zum Ökodorf in *Erde an Zukunft* konnten sich die befragten GrundschülerInnen besonders gut merken

Szene, darunter auch viele jüngere Kinder. So fasst Lara (8 Jahre) das wesentliche Prinzip und die positiven Aspekte der Verschenkecke in ihren Worten zusammen:

»Dass man da, wenn andere Menschen sich so was leisten können und es zu klein oder zu groß ist oder sie es umsonst gekauft haben und es wegschmeißen müssen, dann können sie es in diese Geschenkecke bringen und da können sich andere Kinder, denen es passt, schenken und mitnehmen und wenn es denen auch nicht reicht, können die es wieder zurückbringen.«

Schritt 2: Interview mit der Zielgruppe

Basierend auf den Ergebnissen der Medienanalyse wurden anhand eines Leitfadeninterviews 30 SchülerInnen³ der 2., 3. und 4. Klassenstufe im Alter zwischen 8 und 10 Jahren einer Mainzer Grundschule befragt.⁴ Nach der gemeinsamen Rezeption der Folge wurden mit gezielten Fragen Daten zur Bewertung der Sendung sowie Fragen zum Sendeinhalt erhoben, um die Qualität der Rekonstruktion und Reproduktion der Sendeinhalte zu ermitteln.⁵ Zu Beginn des Interviews erhielten die Kinder die Möglichkeit einer freien Nacherzählung der Folge. So konnte ein Eindruck davon gewonnen werden, inwiefern ihnen eine Nacherzählung der Sendung gelingt und welche Sequenzen besonders memoriert wurden.

ERGEBNISSE

Handlungsorientierung statt konkreter Inhalte

Bei der erzählgenerierenden Frage »Was hast du in der Sendung gese-

hen?« standen bei vielen Kindern eine allgemeine Handlungsorientierung statt konkreter Inhalte im Fokus der Rekonstruktion. So fasst Sarah (10 Jahre) die Sendeinhalte folgendermaßen zusammen:

»Also ich fand das halt schön, dass die halt gezeigt haben, dass man auch viele Sachen halt ändern kann und das dann besser ist und dass man nicht so viel verbrauchen muss.«

Von insgesamt 16 festgelegten Sinn-einheiten konnten die Kinder im Durchschnitt nur 3,2 spontan erinnern. Um die Häufigkeit der genannten Sequenzen grafisch aufzuzeigen, wurden die Nennungen der verschiedenen Sequenzen durch die Befragten gezählt und prozentual dargestellt. Abbildung 1 zeigt, dass die Inhalte aus der Studiomoderation (M) nur zu 0 bis 21 % die Nacherzählungen prägen. Die Ökodorf-Reportage (ÖD) sowie die Elemente »Zukunftswunsch« und »Zukunftsvision« kommen dagegen vielen Kindern spontan in Erinnerung. Am häufigsten und umfangreichsten konnte die Szene in der Verschenkecke rekonstruiert werden (Abb. 2). 26 Kinder erinnern diese

Klare, zielgruppengerechte Visualisierung, Sprache und Inhalte

Die Reproduktionsleistungen der Inhalte, die in der Studiomoderation dargeboten werden, sind hingegen sehr schwach. Im Umkehrschluss bedeutet dies nicht, dass Sendeinheiten mit geringen narrativen Strukturen nicht funktionieren. Jedoch sollten dafür Kriterien wie eine klare, zielgruppengerechte Visualisierung und Sprache berücksichtigt werden. Bei der Frage nach diversen Fachbegriffen werden insgesamt schlechte Ergebnisse erzielt. So kann kein Kind die Bedeutung des Sendetitels »Degrowth« korrekt erläutern, den Felix eher beiläufig erklärt hat. 23 Kinder können sich gar nicht daran erinnern, 2 Kinder liefern eine falsche Antwort, wie z. B. Tamara (9 Jahre), in deren Aussage deutlich wird, dass sie versucht, den Begriff in den thematischen Kontext der Sendung einzuordnen, jedoch genau das Gegenteil der eigentlichen Bedeutung erschlossen hat:

»Ja, das hat der übersetzt, also der hat das halt auf Englisch gesagt. Also sie wollen irgendwie mehr produzieren, größer machen.«

Auch auf die Frage, wie unsere Wirtschaft funktioniert, liefern 25 Kinder nur diffuse und 12 Kinder falsche Antworten, wie z. B. Markus (9 Jahre):

»Dass die Menschen dort immer viel zu viel kaufen, das ist ganz schlecht, weil es Geld verbraucht.«

Die Ergebnisse zur Aussage von Felix zum Thema Umweltbelastung durch Lebensmittelimporte zeigen ebenfalls ein schwaches Bild. Zwar können über die Hälfte der Befragten nachvollziehen, dass Erdbeeren im Winter nicht in Deutschland wachsen und aus wärmeren Ländern importiert werden müssen. Das Kernproblem – Umweltverschmutzung durch Warentransport – erkennt allerdings nur ein knappes Drittel der jungen ZuschauerInnen. Auf die Frage »Wieso ist das nicht so gut, wenn Erdbeeren nach Deutschland transportiert werden?« antworten sie mit eigenen Begründungen, wie z. B. Julien (9 Jahre):

»Dann werden die verfault.«

Zusammenfassend wird deutlich, dass vor allem jüngere Kinder, d. h. die Achtjährigen der 2. Klasse, Probleme haben, die Bedeutung von Fachbegriffen und komplexen Zusammenhängen zu reproduzieren.⁶ Zwar können die meisten Kinder einfache und exemplarische moralische Bewertungen sowie Handlungsorientierungen generieren und es gelingt Felix auch, ein ungefähres Bild davon zu vermitteln, dass mehr Wachstum zu mehr Problemen führt, bei der Frage nach konkreten Inhalten ist allerdings häufig nur eine diffuse oder gar falsche Reproduktion von Teilaspekten zu erkennen. Den 9- bis 10-jährigen GrundschulernInnen gelingt eine Verknüpfung von Details zu einem Gesamtbild schon besser, aber auch hier prägen diffuses Halbwissen und Fehlinformationen die Wiedergabe. Die Analyse zeigt, dass Kinder hinsichtlich sozialpolitischer Themen

oftmals nur Detailwissen generieren und die Fähigkeit der Verknüpfung von Gelerntem mit dem Alter steigt. Solche Ergebnisse könnten durch lebensnahe simple Beispiele, durch zielgruppengerechte Sprache und unterstützende audiovisuelle Gestaltung, wie sie die Ökodorf-Reportage leistet, sicherlich vermieden werden.

Nachhaltigkeit in Kinderwissenssendungen? Auf jeden Fall!

FAZIT

Der Begriff »Nachhaltigkeit« beschreibt zunächst ein grundlegendes Prinzip, und zwar den schonenden Umgang mit Ressourcen zum Wohle aller und der Umwelt. Dazu lassen sich auf vielen Ebenen Beispiele finden, die Kinder verstehen und bewegen, wie z. B. Tom (10 Jahre) beschreibt:

»Die Erde ist halt quasi wie eine Schatztruhe, die wir plündern, und wenn wir nichts mehr in die Truhe legen, dann ist sie irgendwann komplett leer und wir können halt nicht mehr leben.«

Zusammenfassend können sich RedakteurInnen des Kinderfernsehens an folgenden Gestaltungsregeln orientieren: Bedeutend für ein effektives Lernen ist es, narrative Strukturen und handlungsleitende Fragestellungen zu schaffen. Die Ergebnisse zur Reproduktionsleistung zeigen, dass dies Kindern die Erschließung von Wissen sehr erleichtert. Gerade bei der Vermittlung von komplexen Themen sind eine zielgruppengerechte Sprache und Gestaltung sowie lebensnahe Beispiele enorm wichtig. Insgesamt sollte der Leitspruch »Weniger ist mehr!« gelten. Fest steht: Durch qualitativ hochwertige Fernsehsendungen kann das Bewusstsein von Kindern für Themen der Nachhaltigkeit durchaus gefördert werden. ■

ANMERKUNGEN

¹ Zitat aus der Pressemappe der Sendung Erde an Zukunft (KiKA).

² In Anlehnung an Lenssen & Aufenanger wurde der Medientext durch eine rekonstruktiv-hermeneutische Vorgehensweise analysiert. Dazu wurden einzelne Explikationen aus dem Medientext genutzt, um deren objektiven Bedeutungsgehalt darzustellen. Insgesamt standen dabei die Prüfung der Zielgruppenaffinität mit der Frage nach einem ausreichenden Lebensweltbezug und dem kognitiven und moralischen Entwicklungsstand im Fokus der Analyse.

³ Eine Schülerin der 3. Klasse konnte kaum bzw. keine Inhalte wiedergeben. Das Interview kann somit lediglich zur Auswertung der Vorbefragung, nicht jedoch zur Auswertung der sendespezifischen Fragen hinzugezogen werden.

⁴ Aufgrund der geringen Stichprobengröße und der Untersuchung einer ausgewählten Folge erhebt diese Studie keinen allgemeingültigen Anspruch. Die Ergebnisse sind eher als anwendungsorientierte Ratschläge für RedakteurInnen zu sehen, die vor der Herausforderung stehen, abstraktes Wissen aus dem gesellschaftlichen und politischen Themenbereich für eine heterogene Zielgruppe aufzubereiten.

⁵ Die Auswertung erfolgte durch die qualitative Inhaltsanalyse nach Philipp Mayring. In mehreren Schritten wurde das durch die Leitfragen vorsortierte Antwortmaterial gebündelt und in ein induktives bzw. teilweise auch deduktives Kategoriensystem integriert.

⁶ Dieses Ergebnis deckt sich mit einer Untersuchung zum Verständnis von Kindernachrichten von Aufenanger, Mertes & Nold aus dem Jahr 2006.

LITERATUR

Aufenanger, Stefan, Mertes, Kathrin & Nold, Fabian (2006). Verstehen Kinder Kindernachrichten? *TeleviZion*, 19(2), 50-53.

Lenssen, Margit & Aufenanger, Stefan (1986). Zur Rekonstruktion von Interaktionsstrukturen. *Neue Wege zur Fernsehanalyse*. In Margit Lenssen & Stefan Aufenanger (Hrsg.), *Handlung und Sinnstruktur. Bedeutung und Anwendung der objektiven Hermeneutik* (S. 123-300), München: Kindt.

Mayring, Philipp (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz.

Mertes, Kathrin (2013). *Rezeption von und Lernen durch Wissenssendungen für Kinder. Eine Studie am Beispiel der Fernsehsendungen Löwenzahn, Willi wills wissen und Wissen macht Ah!* Mainz: Dissertation.

Neuß, Norbert (2004). »Ich hab mal was gelernt ...« Was Kinder schreiben und erzählen, wenn es um das »Lernen beim Fernsehen« geht. *TeleviZion*, 17(E), 29-32.

DIE AUTORIN

Lena Hachenberg absolvierte ihren M. A. in Medienpädagogik an der Universität Mainz und beschäftigte sich in ihrer Masterthesis mit dem Thema »Lernen mit Kinderwissenssendungen«.

