

## Maya Götz, "Lachen mit Lernprogrammen"

Maya Götz, "Laughing with educational programmes", *Television* 19 (2006), 47-51

- zusammengefasst von Kareen Klein

Maya Götz hat Kinder beim Fernsehen beobachtet und festgestellt, dass Kinder in einer Gruppe nur selten gleichzeitig lachen. Ausserdem hat sie herausgefunden, was Kindern an Lernprogrammen gefällt.

Das Thema "Kinder, Fernsehen und Humor in Lernprogrammen" wurde bis dato nur vereinzelt in den 80er Jahren behandelt. In Götz' Studie wurden Kinder zwischen 6 und 12 Jahren untersucht; sie schauten Lernprogramme an, und wurden dabei gefilmt und hinterher befragt.

Beim Fernsehen lachten die Kinder nie alle gleichzeitig. (Die höchste Prozentzahl von gleichzeitig lachenden Kindern war 41%.) Drei **Arten von Lachen** beim Fernsehen wurden festgestellt:

1. Spontanes Lachen. Kinder schauten häufig zur Seite bevor oder nachdem sie lachten, wahrscheinlich um zu sehen, wie die anderen Kinder reagieren, bzw. um mit anderen zu kommunizieren. Manche Kinder warteten auch, bis jemand anders lachte, bevor sie selbst damit anfangen.
2. Wiederkehrendes Lachen oder Kichern – ansteckendes Lachen.
3. Andauerndes Lachen, sowie kurzes Lächeln.

Was Kinder an **Fernsehmoderatoren** schätzen: Sie müssen guter Laune sein, und Witze oder Wortspiele benutzen. Sich übertrieben kindlich oder anderweitig "künstlich" zu benehmen, kam dagegen nicht gut an. Mädchen schätzten intelligenten, anspruchsvollen Humor, mit Ironie und Zweideutigkeiten. Jungen schätzten eher aggressiven und "feindlichen" Humor.

**Sarkasmus** wird am ehesten von älteren Kindern verstanden. Kinder beurteilen Kritik, die in ironischer Form geäussert wird, als harmloser als direkte Kritik. Bei Erwachsenen ist es genau anders herum. Kinder bis zum Alter von 10 Jahren lachen meist nicht, wenn sie mit **Ironie** konfrontiert werden. Zweideutigkeiten werden von Kindern manchmal nicht verstanden und können falsch aufgefasst werden, wenn Kinder z. B. denken, man mache sich über sie und ihre Weltanschauung lustig.